

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR**

**Karina Cristina Barros**

**CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR E A ABRANGÊNCIA DO CRÉDITO NO  
COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES**

**Curitiba  
2011**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR**

**Karina Cristina Barros**

**CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR E A ABRANGÊNCIA DO CRÉDITO NO  
COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES**

Trabalho de conclusão de curso de MBA em  
Gestão Estratégica

Orientador: Prof. Cleverson Cunha

**Curitiba  
2011**

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

**Karina Cristina Barros**

### **CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR E A ABRANGÊNCIA DO CRÉDITO NO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES**

Trabalho de conclusão de Curso aprovado como requisito em MBA em Gestão Estratégica da Universidade Federal do Paraná- UFPR, com conceito final \_\_\_\_\_, conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

---

**Prof.**  
**Universidade Federal do Paraná - UFPR**

---

**Prof.**  
**Universidade Federal do Paraná – UFPR**

---

**Prof.**  
**Universidade Federal do Paraná - UFPR**

**Curitiba, ..... de ..... de 2011**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, pela vida, por estar sempre no meu caminho, iluminando e guiando às escolhas certas.

Agradeço a minha família, em especial minha mãe Roseli que não está mais entre nós e ao meu marido Gunther. É com grande satisfação e gratidão que dedico esta minha vitória a vocês, pessoas que possibilitaram todo suporte que precisei seja ele emocional ou financeiro, no decorrer de minha vida.

Enfim, agradeço a todos que acreditaram em minha vitória e sucesso. Muito obrigado.

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o crédito ao consumidor e sua realidade quanto a aquisição do mesmo entre classe social, nível de escolaridade e principalmente a inadimplência destes consumidores. A pesquisa analisa também a posição de autores referente ao assunto crédito em uma pesquisa qualitativa. A pesquisa de campo traz a realidade do tema apresentado pois envolve consumidores. Conclui-se que as características pessoais são menos importantes do que as características do crédito concedido. O crédito usado adequadamente, tanto por governos quanto por empresas, como instrumento de gerenciamento do consumo, continua a mostrar vigor notável, graças ao papel sumamente importante que vem desempenhando no cotidiano da humanidade por facilitar as transações de bens e serviços. Apesar das elevadas taxas de juros básicas no Brasil, que se refletem em taxas ainda mais altas para operações de empréstimos ao consumidor, um volume considerável de operações a prazo é realizado por empresas varejistas. Dada a baixa renda média do brasileiro, as empresas, para viabilizarem suas vendas, têm recorrido ao financiamento de seus clientes. Se por um lado a concessão de crédito permite o giro dos ativos das empresas, por outro induz à assunção de riscos financeiros que, eventualmente, podem transformar-se em perdas advindas da inadimplência.

Palavras-chave: Crédito: análise: consumidor: inadimplência; defesa do consumidor

## **ABSTRACT**

This research aims at analyzing the consumer credit and its reality as the procurement of the same social class, educational level and mostly the default these consumers. The research also examines the position of authors on the subject credit in a qualitative research. The field brings the reality of the subject because it involves consumidores. Conclui shown that personal characteristics are less important than the characteristics of credit granted. The credit used properly, both by governments and corporations alike, as an instrument of power management, continues to show remarkable vigor, thanks to the extremely important role that has played in everyday humanity for facilitating transactions of goods and services. The despite high basic interest rates in Brazil, which are reflected in even higher rates for consumer lending operations, a substantial volume of forward transactions is carried out by retailers. Given the low average income of Brazilian companies, to permit sales, have resorted to financing their clients. If on one hand the extension of credit allows the asset turnover of the companies, on the other leads to the assumption of financial risks that may eventually turn into losses arising from default.

Keywords: Credit, analysis, consumer, default; consumer

## LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura 1- Grau de Importância .....	24
Gráfico 1- Destino do Crédito .....	52
Gráfico 2- Endividamento por nível de escolaridade .....	54

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Ciclo da Teoria Monetária .....	16
Quadro 2- Os C' do Crédito .....	21
Tabela 1. Evolução da dívida interna fundada no Império (em contos de réis) .....	11
Tabela 2. Serviços da dívida interna e externa nos orçamentos brasileiros 1828-1889 (em contos de réis).....	11
Tabela 3- Nível de Endividamento .....	52
Tabela 4 Nível de Endividamento.....	54
Tabela 5. Renda Comprometida .....	56
Tabela 6. Nível de Escolaridade e Média de Juros Pagos por Dia.....	58
Tabela 7- Renda e Escolaridade .....	59

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b>	10
2.1 A TEORIA DE KEYNES	10
2.2 CRIAÇÃO DO PRIMEIRO BANCO DO BRASIL	10
2.3 MARX E O CRÉDITO	12
2.4 BREVE CONTEXTO DO CRÉDITO	12
2.4.1 Objetivos do Crédito	16
2.5 AS LINHAS DE CRÉDITO	18
2.5.1 Tipos de Crédito	19
2.6 ENDIVIDAMENTO	19
2.7 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA	23
2.7.1 Atualização Monetária	25
<b>3 A IMPORTANTE DEFESA DO CONSUMIDOR</b>	28
3.1 DIREITO À PRIVACIDADE	29
3.2 DIREITO À INFORMAÇÃO	30
3.3 TRATAMENTO DADO PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS ARQUIVOS DE CONSUMO	31
3.4 PRINCÍPIOS	32
3.5 ARTIGO 43 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	33
3.5.1 Prazo Prescricional das Informações Armazenadas	35
3.5.2 Prazos Relativos As Informações Negativas Constantes em Arquivos de Consumo (Artigo 43, § 1.º)	36
3.6 PRAZO PRESCRICIONAL DA AÇÃO DE COBRANÇA	38
3.7 GARANTIA DE COMUNICAÇÃO DA ABERTURA DO ARQUIVO (artigo 43, § 2º do CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR)	38
3.7.1 Comunicação do Consumidor	39
3.7.2 Direito a Retificação	41
3.8 DANOS MATERIAIS	42
3.8.1 Danos Morais	43



3.8.2 Responsabilidade Civil Prevista Pelo Código de Defesa do Consumidor .....	49
3.8.2 Responsabilidade Civil Prevista Pelo Código de Defesa do Consumidor .....	46
<b>4 METODOLOGIA .....</b>	<b>48</b>
4.1 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA .....	48
4.2 ANÁLISE DOS DADOS .....	49
4.3 PROTOCOLOS PARA O ESTUDO DE CASO .....	51
4.4 COLETA DE DADOS .....	51
4.5 OBJETIVOS E RESULTADOS DA PESQUISA .....	51
4.6 RESULTADO GERAL DA PESQUISA .....	60
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>61</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>63</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O principal objetivo desta pesquisa é verificar como os consumidores curitibanos utilizam as opções de crédito bancário por meio de notícias recentes sobre o tema abordado e relações quanto ao o código de defesa do consumidor.

Os objetivos específicos estão direcionados a identificação do perfil do tomador de crédito e suas necessidades bem como os motivos inerentes que o levam a tomar este crédito e onde ele é destinado, verificados no perfil dos curitibanos e nível de endividamento presentes em uma pesquisa de campo.

O problema de pesquisa diz respeito a duas questões: Os consumidores curitibanos utilizam o crédito para uma necessidade básica ou para uma melhor qualidade de vida assim somente tentando antecipar prazeres futuros?

Quais a influencia que o nível de escolaridade e renda pode interferir na tomada do credito, para os consumidores da cidade de Curitiba?

A metodologia da pesquisa será desenvolvida com embasamento teórico em autores como Keynes, Amorim, Tolotti entre outros, bem como a realização de uma pesquisa em alguns bairros de Curitiba em perguntas de cunho fechado para analisar o crédito, empréstimos e situações mais freqüentes também relacionadas à faixa de escolaridade e renda destas pessoas no decorrer da pesquisa.

Justifica-se esta pesquisa justamente pelo sistema de crédito, o qual constitui uma das mais valiosas ferramentas monetárias para o desenvolvimento da economia. O crédito é importante para uma pessoa, pois por meio dele conseguem realizar compras, empréstimos e assim conquistar um ideal planejado. O sistema de credito que também pode ser definido como uma troca intertemporal de moeda é de suma importância para nossa economia, pois é através dele que grande parte da população consegue consumir, como a maioria da população não possui o dinheiro necessário para satisfazer todas as suas necessidades elas vão atrás de créditos, já que são de fácil acesso, os consumidores procuram principalmente em cartões de credito, cheques especiais entre outros que apesar de serem os de maior facilidade de acessos são os que trabalham com as maiores taxas de juros ao consumidor.

O crédito tem sua finalidade direcionada ao consumidor e suas necessidades. Consumidores neste sentido devem conhecer as principais linhas de crédito das quais devem ser compatíveis as suas necessidades básicas.

O crédito ao consumidor é uma variável de interesse as autoridades fiscais e monetárias ao mercado financeiro em todo um ciclo econômico importante o qual vai ao encontro do importante crédito ao consumidor e seus direitos como tal.

Neste contexto, uma análise do funcionamento do mercado de crédito e direitos do consumidor sobre a distribuição de renda do país torna-se de fundamental importância para o desenho de políticas de desenvolvimento econômico.

O endividamento pessoal cresce aceleradamente no Brasil, pois é inerente que para consumir é necessário pagar e quando isso não é possível dentro do possível, ocorrem às dívidas e inadimplências principalmente quando o assunto é empréstimo.

A história da dívida brasileira encontra-se documentada em várias obras, com enfoques e nível de agregação diversa. Pode-se encontrar, por exemplo, referências excelentes sobre a dívida no período imperial, como a obra de Carreira (1980), ou sobre a dívida externa desde sua origem até 1937, conforme Bouças (1950).

A exemplo do processo de endividamento em outras partes do mundo, os empréstimos da época confundiam-se com empréstimos pessoais dos governantes. Além disso, no período colonial “tudo era desconhecido: o tamanho da dívida, a finalidade do empréstimo, as condições em que esse era feito etc.” (NETO, 1980).

“O início das operações do primeiro Banco do Brasil, em 1809, pode ser considerado um marco fundamental na história monetária do Brasil e de Portugal, tanto por ter sido a primeira instituição bancária portuguesa quanto pelo fato de representar uma significativa mudança no meio circulante do Brasil através da emissão de notas bancárias” (MÜLLER; LIMA, 2007, p.43).

Rui Barbosa, primeiro ministro da Fazenda da República, tentou regularizar o resgate dos títulos e instituir a emissão de títulos ao portador. Contudo, essa regularização durou pouco, sendo interrompida logo após sua saída, em janeiro de 1891. Quanto à emissão de títulos ao portador, o primeiro lançamento do tipo só foi possível em 1903,25, ou seja, após a consolidação de 1902 descrita a seguir. Mesmo assim, esse mecanismo só viria a ser utilizado novamente a partir de 1917. Bouças (1950).

A estagnação da emissão voluntária de títulos públicos tornava mais complicado o financiamento dos déficits orçamentários crescentes, especialmente a

partir de meados da década de 1950. Não dispondo do crédito público e nem sendo capaz de aumentar a carga tributária, o governo financiou a quase totalidade de seus déficits via emissão de moeda, aumentando as pressões inflacionárias (NETO, 1980).

Na sociedade brasileira, consumidores quase sempre são levados a excessos, atraídos muitas vezes pela inteligência do marketing aplicado pelas empresas como forma de vender mais e assim “criar” novas dívidas que nem sempre podem ser pagas.

De acordo com Tolotti (2007), grande parte destas dívidas pelos consumidores são causadas pela necessidade de parecer alguém que realmente não é que ocorrem na maioria das vezes de maneira inconsciente, atraídos por promoções, por facilidades em crédito entre outros fatores.

Assim esta importante pesquisa descreve as linhas de crédito do consumidor entre empréstimos emergenciais, financiamentos de compras, investimentos, cartões de crédito, cheques e empréstimos bancários de uma forma simples.

Todo o consumidor deve ser consciente de seus atos para a realização de uma aquisição de crédito, para isso deve conhecer o Código do Consumidor e estar educadamente inteirado dos seus limites quando está prestes a realizar um empréstimo.

Dinheiro traz para as pessoas de uma maneira positiva, segurança, qualidade de vida e planejamento, mas apenas quando bem planejado e direcionado para que problemas como a futura falta de crédito e gastos abusivos prejudiquem todas estas qualidades que o próprio dinheiro oferece.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo apresenta a teoria do economista Keynes, a criação do primeiro banco do Brasil como marco introdutório na história monetária do Brasil e Portugal bem como outras teorias baseadas no pensamento de outros importantes autores como Marx, Santos, Gitman, entre outros descrevendo o contexto, objetivos, linhas, tipo de crédito entre outras teorias importantes como descritas a seguir.

### 2.1 A TEORIA DE KEYNES

Em 1930 Keynes em sua revolução de um pensamento centrado na economia opostas a teoria neoclássica econômica, defendia a idéia de que mercadoscam em troca de seus contratos as demandas salariais. Esta influência Keynisisiana em 1970 começou a afetar as economias estadunidense e também britânica sob críticas de outros economistas como por exemplo as de Milton Friedman que não acreditavam que o próprio Estado como regulador das políticas fiscais. Surge então a Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda como formulação as políticas públicas como esperado destacado pelos importantes economistas como John Maynard e Keynes. (KEYNES, 2004).

### 2.2 CRIAÇÃO DO PRIMEIRO BANCO DO BRASIL

O início das operações do primeiro Banco do Brasil, em 1809, pode ser considerado um marco fundamental na história monetária do Brasil e de Portugal, tanto por ter sido a primeira instituição bancária portuguesa quanto pelo fato de representar uma significativa mudança no meio circulante do Brasil através da emissão de notas bancárias. (MÜLLER; LIMA, 2007).

De 1810 a 1828, segundo Müller e Lima (2007), foi emitido um total de 28.866.450\$000 réis. Não surpreendentemente, verificava-se já em 23 de março de 1821 a insolvabilidade do banco ao se avaliar o balanço organizado por sua Diretoria – situação que ficaria ainda mais crítica após a partida de D. João VI com sua comitiva para Portugal, já que assim as garantias representadas pela maior parte das alfaias e das jóias da Coroa perdiam seu efeito (BOUÇAS, 1950).

A evolução da dívida interna fundada no Brasil Imperial e seu impacto no orçamento são bem retratados por Leão (2003), conforme Tabelas 1 e 2.

A Tabela 2 permite analisar a evolução do serviço da dívida interna, bem como seu peso relativo, por vezes superior, ao serviço da dívida externa. Esses dados ilustram a importância do endividamento interno no período imperial.

**Tabela 1. Evolução da dívida interna fundada no Império (em contos de réis)**

Período	Emissão	Resgate	Saldo
1827	12.000	-	12.000
1828 - 1840	23.500	3.800	31.700
1841-1860	32.000	-	63.700
1861-1880	340.000	-	403.700
1881-1889	46.000	11.300	435.500

Leis do Império do Brasil – Rio de Janeiro: Tipografia Nacional **Fonte:** (reproduzida de Leão (2003))

**Tabela 2. Serviços da dívida interna e externa nos orçamentos brasileiros 1828-1889 (em contos de réis)**

Lei nº	Data	Orçamento	Externa	Interna
	08/10/1828	1829	1.178	381
	15/12/1830	1831/32	856	1.003
	15/11/1831	1832/33	2.988	1.046
	24/10/1832	1833/34	2.425	1.241
58	08/10/1833	1834/35	1.640	1.529
38	03/10/1834	1835/36	480	1.348
99	31/10/1835	1836/37	2.125	1.500
70	22/10/1836	1837/38	2.111	1.490
106	11/10/1837	1838/39	2.069	1.600
60	20/10/1838	1839/40	2.055	1.970
108	26/10/1840	1840/41	2.168	2.170
243	30/11/1841	1842/43	3.020	3.120
310	21/10/1843	1843/44	3.088	2.449

**Fonte:** Coleção das Leis do Império do Brasil. Rio de Janeiro: Tipografia Nacional (reproduzida de Leão, 2003)

## 2.3 MARX E O CRÉDITO

Marx não perde de vista os traços fundamentais que caracterizam o capitalismo, dos quais retomaremos apenas os elementos cruciais. O elemento fundamental é relação social subjacente ao capital: a expropriação massiva dos trabalhadores. Esta incidu originalmente sobre os camponeses europeus (a assim chamada 'acumulação primitiva',) para, em seguida, alastrar-se mundo afora. Porém, não se limita a esse formato original. Nos termos de Marx:

“a relação-capital pressupõe a separação entre os trabalhadores e a propriedade das condições da realização do trabalho. Tão logo a produção capitalista se apóie sobre seus próprios pés, *não apenas conserva aquela separação, mas a reproduz em escala sempre crescente*. Portanto, o processo que cria a relação-capital não pode ser outra coisa que o processo de separação de trabalhador da propriedade das condições de seu trabalho” (MARX, 1894, p.43).

Em seguida, a produção da riqueza social, que é realizada através da exploração destes trabalhadores sob a forma da *livre venda* da força de trabalho.

Marx e o capital monetário Marx denominam de capital portador de juros, prestamista ou capital monetário, ao *capital que se converte em mercadoria*, ainda que seu processo de valorização se apresente como reduzido a D-D'. Logo no início do capítulo 21, adverte que os juros são uma parte do lucro produzido:

“a parte do lucro que lhe paga chama-se juro, o que, portanto nada mais é que um nome particular, uma rubrica particular para uma parte do lucro, a qual o capital em funcionamento, em vez de pôr no próprio bolso, tem de pagar ao proprietário do capital” (MARX, 1894, p.25).

O capitalista monetário – ou o capital monetário, em sua forma social – é o detentor da propriedade das condições (ou recursos) sociais de produção, podendo ser ou não o proprietário imediato dos meios de produção. (MARX, 1894).

## 2.4 BREVE CONTEXTO DO CRÉDITO

De acordo com Schrickel (1998), o crédito é todo o ato de vontade ou disposição de alguém para destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente após decorrido o tempo estipulado.

Quando se planeja uma operação de crédito é preciso que o consumidor assuma seus riscos que devem ser avaliados e identificados pelo agente financeiro. Este processo intermediário está relacionado ao empréstimo financeiro.

O modelo de Stiglitz e Weiss (1981) demonstra que estas informações devem estar relacionadas ao cliente e agente financeiro quando o assunto às taxas de juros e equilíbrio entre oferta e demanda.

De acordo com o Banco Central do Brasil (2009), o crédito no mercado quanto a elevação de juros resulta necessariamente em redução ou demanda no mercado de crédito.

O Banco Central do Brasil ressalta ainda que para o agente financeiro um empréstimo (E) tem um “custo de produção”, custo de concessão de crédito (CCC) composto por três componentes básicos: custo de *funding* (f) os custos operacionais da contratação do crédito (O) e o prêmio pelo risco da inadimplência do empréstimo (r):  $CCC = f.E + O + r.E$  a taxa de juros pelo tomador do empréstimo é composto pela soma do CCC, taxas e impostos incidentes na operação e margem de lucro. Banco Central do Brasil (2009, p.196).

De acordo com Santos (2000), o crédito ao consumidor trata-se de uma linha destinada a financiar prestações e bens duráveis como a aquisição de eletrodomésticos, por exemplo, em contrato de crédito de natureza coberta, quando há aprovação ou vinculação a bens materiais e patrimoniais do cliente.

O processo de avaliação de crédito começa com o estudo sobre a sua aprovação ou não e posterior análise do desempenho de pagamento, caso o crédito tenha sido concedido. Aqui nos restringimos ao estudo dos créditos já aprovados, dada a falta de informação sobre os créditos negados. Assim, probabilidade se refere à probabilidade condicional como foi descrita por Greene (1992).

Consumidores de baixa renda possuem acesso ao crédito por intermédio de instituições financeiras especializadas, algumas das quais realizam operações na própria loja de bens de consumo duráveis.

Lojas como Casas Bahia, Ponto Frio e Electro são grandes fontes de crédito. Em alguns casos, essas lojas consideram o empréstimo o seu principal negócio.

Uma das formas mais comuns de crédito para consumidores de baixa renda é o pagamento de bens em prestações distribuídas, normalmente, entre 4 a 12 meses. Em muitas lojas no Brasil, os preços são exibidos em termos de prestações mensais, por exemplo, 4 X R\$ 10, indicando 4 prestações de dez reais. Consumidores



freqüentemente são inconscientes das elevadíssimas taxas de juros implícitas em tais prestações, que podem exceder 100 e até mesmo 200 por cento ao ano. Uma vez que o consumidor torna-se inadimplente em seus pagamentos, as taxas cobradas tornam ainda mais difícil para o devedor livrar-se do débito. Dados do Banco Mundial (2005).

O critério CAPACIDADE refere-se ao julgamento subjetivo do analista quanto à habilidade dos tomadores de empréstimos no gerenciamento e conversão de seus negócios em renda. Identifica-se a renda como a “fonte primária de pagamento” e, portanto, como o principal referencial para possibilitar a análise da compatibilidade do empréstimo com a capacidade financeira do tomador (CARDOSO, 2000).

A identificação da renda total do tomador e posterior análise de compatibilidade com o empréstimo solicitado é uma tarefa indispensável para a tomada de decisão. Black e Morgan, apud Santos (2000), argumentam que deve ser dada atenção especial à análise da renda, uma vez que consideram existir uma relação direta entre a perda de renda e a taxa de inadimplência de pessoas físicas em empréstimos. Lima (2002) define a capacidade como sendo o potencial do cliente, salientando a importância deste fator e destacando como abrangência: competências, competitividade e aspectos técnicos do negócio a ser financiado.

Para Souza et. al. (2000), a capacidade deve estar relacionada aos fatores que contribuem para a empresa ser competente e competitiva. Isto facilitará sua condição de ser capaz de pagar suas dívidas, mas não é a condição de pagamento. Lima (2002) destaca como exemplo. “É como um meio de transporte que nos leva a um lugar, mas não é o lugar”. Daí, a capacidade de pagamento deve ser examinada por meio de análise financeira.

O critério CAPITAL é determinado pela situação econômica, patrimonial e financeira do tomador, observando-se a composição dos recursos (qualitativa e quantitativa), onde são aplicados e como são financiados (CARDOSO, 2000). Esta informação de crédito da pessoa física está diretamente relacionada com a capacidade de geração de renda para cobrir os custos do empréstimo. Por isso, para avaliá-la, são utilizados os procedimentos para a análise de capacidade.

O critério COLATERAL está associado com a análise da riqueza patrimonial de pessoas físicas (bens móveis e imóveis), considerando a possibilidade futura de vinculá-la (total ou parcialmente) ao contrato de empréstimo, em caso de perda da fonte primária de pagamento (renda). Barron, apud Santos (2000), destaca a

importância inibidora da vinculação de bens patrimoniais em contratos de empréstimos, ao considerar que esta condição torna os tomadores mais propensos à amortização pontual do empréstimo, para que possam reaver os bens exigidos pela concessão do crédito como garantia.

Para Schrickel (1998) o colateral configura na garantia, tendo o papel de contrabalançar o resultado negativo em um dos outros elementos. Segundo os autores Weston e Brigham, apud Lima (2002), o colateral é representado pelos ativos que o cliente pode oferecer como garantia para o crédito estendido a ele.

Destaca-se como primeira etapa da análise de crédito, a pesquisa do “caráter” do cooperado/cliente. Caso existam informações desabonadoras do tomador com o mercado de crédito, a decisão tende a ser a imediata recusa ao empréstimo solicitado (SANTOS, 2000; SICREDI, 2003) Caso contrário, as demais informações são coletadas para a análise do risco total de crédito.

Gitman (1997, p.25) também cita o cinco C’s do crédito enfatizando os aspectos pessoais, caráter e capacidade, considerando-os como os fatores mais importantes para a concessão de empréstimos, pois:

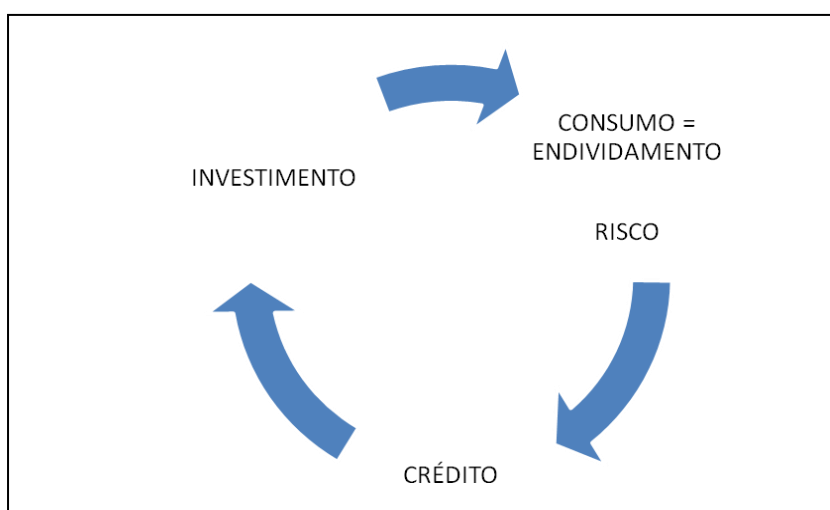
O analista de crédito geralmente dá maior importância aos dois primeiros C’s – caráter e capacidade – uma vez que eles representam os requisitos fundamentais para a concessão de crédito a um solicitante. A consideração para os demais C’s – capital, colateral e condições – é importante para a definição do acordo de crédito e tomada de decisão final, a qual depende da experiência e do julgamento do analista.

A análise de crédito envolve a habilidade de fazer uma decisão de crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mutações e informações incompletas. Esta habilidade depende da capacidade de analisar logicamente situações, não raro, complexas, e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada. ( SCHRICKEL, 1998, p. 27).

Nesse sentido Souza et al. (2000) reporta-se ao caráter como sendo “... o histórico do solicitante quanto ao cumprimento de suas obrigações financeiras, contratuais e morais”.

Todos querem ganhar dinheiro, mas primeiro é preciso parar de perder. Percebi que além de aprender a gerenciar o dinheiro através da educação financeira, é necessário que cada um compreenda os reais motivos envolvidos no ato da compra. Constatei na prática que pessoas com pouco ou com muito dinheiro

têm em comum o sofrimento e a angústia. Observando tão de perto, que a condição econômica, realmente não determinava o bem estar, ficava intrigada, por que as pessoas associavam tão facilmente dinheiro com felicidade, se quando possuíam uma condição financeira confortável, o sofrimento não era menor. Não há uma proporção direta, entre o aumento do saldo bancário e a diminuição do sofrimento. Uma das razões são as dívidas. Não apenas dívidas financeiras, mas dívidas afetivas, porque muitas pessoas estão endividadas mesmo quando não possuem contas para pagar. Estão inundadas por culpas, ressentimentos, arrependimentos. Sentem-se devedoras de mais empenho profissional, mais atenção para os filhos, mais beleza, mais bens, mais isso ou aquilo! (TOLOTTI, 2007).



Quadro 1 - Ciclo da Teoria Monetária.  
Fonte: Assaf Neto (2008).

O ciclo da teoria monetária inicia-se pelo crédito, a sua existência, disponibilidade e aquisição. Com esta aquisição do crédito, o consumidor passa a investir em bens de consumo, as vezes, sem controle, direcionando-se, então ao endividamento que sem o devido controle e consciência de seus limites passa a pertencer a classe de risco a um endividamento cada vez mais crescente e real.

#### 2.4.1 Objetivos do Crédito

O principal objetivo da análise de crédito de acordo com Schrickel (1998), para uma instituição financeira é identificar os riscos nas situações de empréstimo, evidenciar à capacidade de repagamento e estruturar o crédito a ser concedido.

Para o autor o conhecimento sobre o Tomador de Empréstimos e operações em si divide-se em:

- a) O Tomador: emprestar é conciliar qualquer coisa a alguém para que possa fazer uso dela durante algum tempo, restituindo-a depois ao dono: ceder, da a juro;
- b) A Operação: é preciso conhecer muito bem o cliente, entender a transação que ele almeja efetuar analisando-se como ela realmente é para a decisão de crédito;
- c) O Risco: sempre estará presente no empréstimo devendo ser razoável e compatível ao negócio do banco ou da financeira. O risco muitas vezes é desconhecido sobre quem seja o tomador ou sobre o que é a operação que se deseja efetuar. (SCHRICKEL, 1998, p. 43-45).

Assim pode denominar-se também os 5 “Cs” do crédito aplicada a projetos de investimento, com o objetivo de avaliar o risco do negócio, geralmente utiliza como referencial um conjunto de denominado de 5 C s.

Para pequenos empreendimentos, a garantia repousa muito mais no caráter do cliente, nas suas condições e nas do empreendimento.

Pela especificidade do cliente potencial de microcrédito, aplicam-se os 5 C S com ênfase na história de vida do empreendedor e do empreendimento.

- CRÁTER: É o elemento básico para a decisão e concessão do crédito e um dos critério mais difíceis de serem analisados.

- CAPITAL: A figura do empreendedor e das pessoas que atuam no micronegócio são o verdadeiro capital da empresa, ao invés da tradicional avaliação do capital social e de toda a estrutura econômico-financeiro da mesma.

- CONDIÇÕES DO NEGÓCIO: Compreende a análise dos ambiente interno e externo do negócio, procurando identificar e medir seu impacto deste sobre o desempenho do negócio.

- CAPACIDADE DE PAGAMENTO: Compreende a avaliação quantitativa do negócio, com vista a analisar o grau de risco da operação de crédito, sob o ponto de vista econômico-financeiro.

- “COLLATERAL” GARANTIAS: As garantias constituem um complementar à operação de crédito, devendo-se levar em conta, em primeiro plano, o caráter do cliente e a capacidade de pagamento do próprio negócio. (SANTOS, 2000).

De acordo com Schrickel (1998, p. 67), são típicos atos de crédito que requerem, portanto, decisões de crédito como:

- Concessão de limites de crédito e empréstimos;
- Prorrogação da validade dos limites;
- Excessos sobre limites de crédito anteriormente aprovados;
- Aumentos e revisões (anuais) de limites;
- Modificações nas condições originais de aprovação (modalidade, valores, prazos e garantias), introduzindo novos ou maiores riscos que anteriormente (substituição de garantias, prorrogação de prazos e vencimentos, entre outros;
- Perdão de dívidas;
- Cessão de créditos e troca de créditos (*swaps*);
- Venda de créditos;
- Conversão de dívidas (*debt-to-equity conversion*);
- Operações de investimento no banco;
- Constituição de estorno de provisões sobre créditos.

Analisando as palavras do autor pode-se perceber que além de somente querer realizar um empréstimo é necessário acima de tudo, ter responsabilidade nas ações e conhecimento do empréstimo a ser realizado.

## 2.5 AS LINHAS DE CRÉDITO

Segundo Santos (2000, p. 24), as linhas de crédito podem atender a três necessidades básicas:

### a) Pessoas Físicas:

- Empréstimos emergenciais: destinados a atender as necessidades imediatas do cliente como forma de cobrir eventuais desequilíbrios orçamentais ou financiamentos de compras, concentrados na data de vencimento;
- Financiamentos de compras: permite ao cliente adquirir produtos e serviços para consumo e bem-estar tais como alimentos, vestuário e bens eletrodomésticos em operações a curto prazo inferior a doze meses;

- Investimentos: permitem ao cliente adquirir bens de maior valor para integrar seu patrimônio ou mesmo atividades profissionais com prazo superior a doze meses;

b) Empresas

- Fluxo de caixa: destinam-se a cobrir eventuais desequilíbrios entre recebimentos e pagamentos ocorridos por poucos dias;
- Investimentos: proporcionam ao cliente investimentos relacionados a ampliação ou construção de novas instalações como equipamentos e veículos;
- Capital de giro: destinam-se para clientes que pagam antes de receber e precisam de recursos para bancar a diferença no qual ainda não ocorreu o recebimento.

As linhas de crédito para as pessoas físicas mais tradicionais de acordo com Silva (2000) são o cheque especial, o cartão de crédito, o contrato de crédito, o crédito direto ao consumidor, também conhecido como CDC, o crédito imobiliário e o *leasing*.

### 2.5.1 Tipos de Crédito

Segundo Lunardi (2000), os créditos podem ser classificados pelo tipo de compromisso assumido, ou seja, pelo banco, revogáveis e irrevogáveis.

- a) Revogáveis e Irrevogáveis: refere-se ao tipo de compromisso expressa em texto, todavia na sua ausência os créditos são considerados irrevogáveis;
- b) Revogáveis: é o crédito que pode ser emendado ou cancelado pelo Banco Emissor, a qualquer tempo, sem prévio aviso ao Beneficiário;
- c) Irrevogável: trata-se dos compromissos firmes, portanto, definitivo do Banco Emissor.

## 2.6 ENDIVIDAMENTO

Na visão de Tolotti (2007), existem dois tipos de endividamento pessoal, o passivo e o ativo:

O endividamento passivo ocorre quando há um aumento de dívidas por consequência de alguma situação alheia à vontade do indivíduo: doença, morte, acidente, desempregado ou separação.

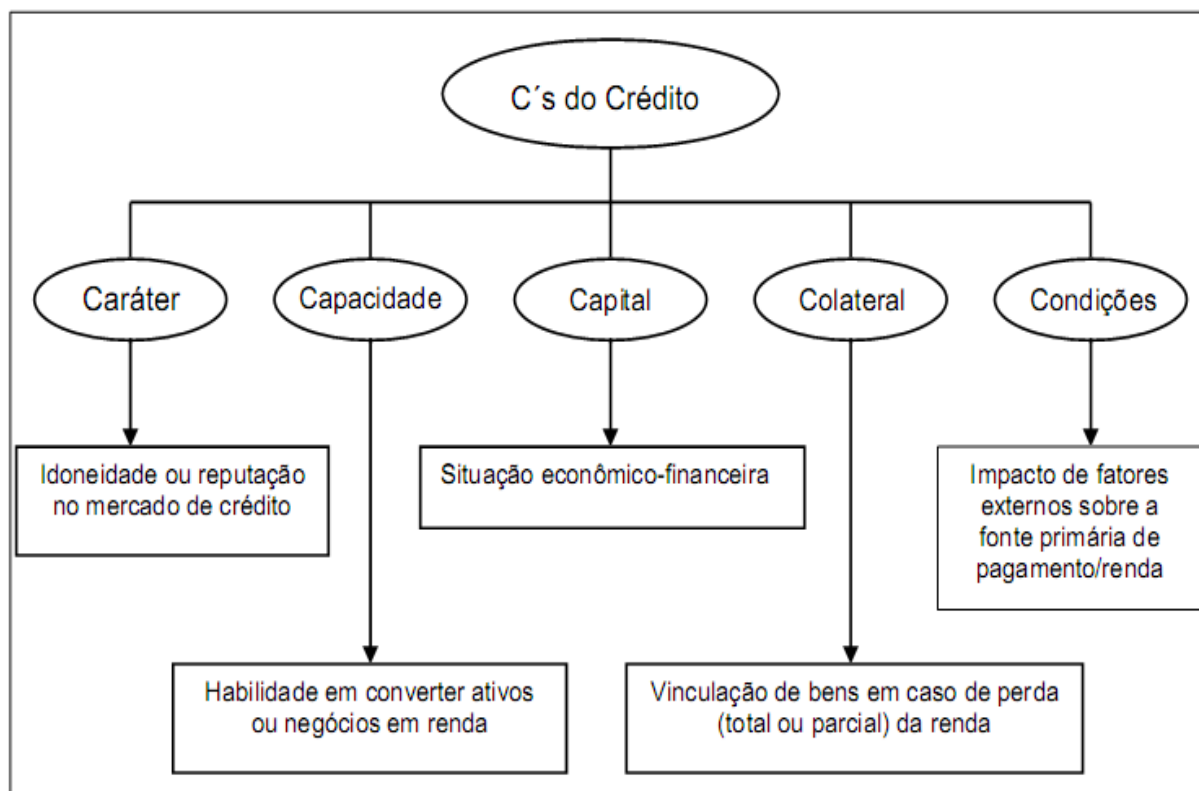
Tolotti (2007, p.33), afirma que uma pessoa endividada financeiramente está, muito provavelmente endividada também pelo aspecto afetivo, pois sente-se devedora e contrai dívidas para então poder pagar as anteriores gerando ainda mais endividamentos.

O Brasil possui um número considerável de clientes inadimplentes no sistema de crédito financeiro, segundo levantamento da SERASA (maio, 2009), que se destaca por ser uma das maiores empresas do Brasil em informações e análises econômico-financeiras para apoiar decisões de crédito e negócios.

Gitman (1997) destaca que um dos fatores básicos para decisão final de crédito é o julgamento subjetivo que deve ser realizado a fim de determinar se é válido ou não assumir riscos. Por definição, o processo de análise subjetivo envolve decisões individuais para a concessão ou recusa de empréstimos. Neste processo, a decisão se baseia na experiência adquirida, disponibilidade de informações e sensibilidade de cada analista quanto à viabilidade do crédito.

De acordo com Steiner et al, (1999), um erro na decisão de concessão de crédito pode significar perda ou ganho em dezenas de decisões bem sucedidas. Deste modo, é importante prever a inadimplência, pois os prejuízos com operações mal sucedidas provavelmente serão cobertas com a cobrança de uma sobretaxa a novos créditos, ou seja, encarece-se as operações futuras.

Na análise de risco são levados em consideração alguns critérios, sendo que os fatores de risco têm-se baseado em informações que são ditas como necessárias para a análise subjetiva da capacidade financeira dos tomadores, que são tradicionalmente conhecidas como os “C’s do Crédito” (CARDOSO, 2000; LIMA 2002]) Tendo como objetivo apresentar os C’s de forma resumida como demonstra o quadro abaixo:



Quadro 2- Os C' do Crédito  
Fonte: Santos (2000).

A necessidade de crédito, de empréstimos, se justifica na medida em que a poupança não faz parte da cultura do povo brasileiro. As pessoas procuram antecipar suas necessidades e desejos através do crediário ou realizando operações de crédito para isso. (ASSAF, 1997).

Assaf Neto e Silva (1997) afirmam que é baixo o volume de poupadores no país. Para aquisição de produtos duráveis, que normalmente exigem um volume de recursos superior à renda do consumidor, seriam necessários vários períodos de poupança.

Sobre o assunto, conforme Silva (1997, p. 68):

O crédito, sem dúvida, cumpre importante papel econômico e social, a saber: possibilita às empresas aumentarem seu nível de atividade; estimula o consumo influenciando na demanda; ajuda as pessoas a obterem moradia, bens e até alimentos; e facilita a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes. A tudo isso, entretanto, deve-se acrescentar que o crédito pode tornar empresas ou pessoas físicas altamente endividadas, assim como pode ser forte componente de um processo inflacionário.



Conforme Assaf Neto (1999, p.58):

Conceder crédito está na própria essência do Sistema Financeiro. Sistema Financeiro é o conjunto de instituições financeiras e instrumentos financeiros que visam, em última análise, transferir recursos dos agentes econômicos (pessoas, empresas, governo) superavitários para os deficitários. Dessa maneira, passa a circular na economia, além do dinheiro em depósito no banco comercial, o montante do empréstimo concedido, criando moeda.

De acordo com Fortuna, (2005, p. 16) o Sistema Financeiro como:

Um conjunto de instituições que se dedicam, de alguma, ao trabalho de propiciar condições satisfatórias para manutenção de um fluxo de recursos entre poupadores e investidores. O mercado financeiro, onde se processam estas transações, permite que um agente econômico qualquer (um indivíduo ou empresa), sem perspectivas de aplicação em algum empreendimento próprio, da poupança que é capaz de gerar (denominado como um agente econômico superavitário), seja colocado em contato com outro, cujas perspectivas de investimento superam as respectivas disponibilidades de poupança (denominado como um agente econômico deficitário).

O endividamento ativo se caracteriza por um montante de dívidas advindas de escolhas equivocadas, ou seja, má gestão financeira que estão constantemente endividados independentes dos rendimentos que possuem.

De acordo com Jucius e Schlender (1993, p. 103), “as políticas proporcionam orientação uniforme e consistente nos casos de problemas, questões ou situações que se repetem freqüentemente”.

Para Silva (1988, p. 40), a política de crédito é:

[...] um guia para a decisão de crédito, porém não é a decisão, rege a concessão de crédito, porém não concede o crédito; orienta a concessão de crédito para o objetivo desejado, mas não é o objetivo em si e sim para satisfazer as necessidades dos consumidores em diferentes aspectos.

As políticas de crédito possuem seu ciclo. De acordo com o cenário macroeconômico e as condições internas da empresa, e ainda, a filosofia e padrões Da instituição, por vezes são conservadoras, outras agressivas. Para Silva (1988, p. 41):

A política de um banco comercial compreende o estabelecimento de taxa de juros, prazos, garantias e nível de risco relacionado a cada tipo de operação. Outro fator relevante, na política de crédito de um banco comercial é a política econômica do governo, que, através do banco Central do Brasil, implementa suas diretrizes que vão desde o controle dos meios

de pagamento até a fixação de linhas de crédito subsidiadas com vistas ao incentivo às exportações, à agricultura ou mesmo a pequena e média empresa.

A missão do Banco do Brasil é:

“Ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e contribuir para o desenvolvimento do País.” (SILVA, 1998).

Segundo Franco (2003, p.52):

O consumidor brasileiro, atento às oportunidades que o mercado oferece, em termos de novos produtos e novos mecanismos de financiamento, passou a assumir compromissos financeiros de prazos mais longos, que até o advento do Real praticamente se limitavam ao crédito imobiliário.

As linhas de empréstimo destinam-se aqueles indivíduos que necessitam suprir necessidades financeiras, sem precisar comprovar a destinação do recurso.

## 2.7 COMPORTAMENTOS DO CONSUMIDOR: FATORES QUE INFLUENCIAM NA COMPRA

“Cada consumidor reage de forma diferente sob estímulos iguais, e isso ocorre porque cada um possuiu uma ‘caixa preta’ diferente” (COBRA, 1997, p. 59). “Em uma época de crise econômica, por exemplo, os consumidores tendem a reduzir o padrão de consumo da família, restringindo-se a comprar produtos realmente essenciais, eliminando o supérfluo” (COBRA, 1997, p. 62).

Kotler (1998) apresenta um modelo em que fatores psicodinâmicos internos e externos atuam sobre o indivíduo. Seu modelo veio confirmar o que já havia sido proposto por Schiffmann e Kanuk, o qual afirma que o indivíduo sofre influência de fatores psicológicos, pessoais, sociais e culturais.

O comportamento da relação entre estas variáveis reflete basicamente o acesso ao crédito por parte dos indivíduos. Em um mundo onde não há falhas no mercado de crédito, a decisão de investir deve ser tomada avaliando a relação entre o valor presente dos benefícios futuros.

Quando o mercado de crédito não funciona de forma perfeita, a decisão de investir torna-se mais complexa. Considere o caso em que não há mercado de

crédito na economia. Neste caso, para que um investimento seja realizado, deve-se não só satisfazer a desigualdade enunciada acima como possuir uma dotação inicial suficiente para cobrir os custos do investimento.

Quando o mercado de crédito funciona de forma perfeita, o grau de importância deste tipo de riqueza passa a ser zero. Os gráficos abaixo apresentam estas relações como demonstra o gráfico a seguir.

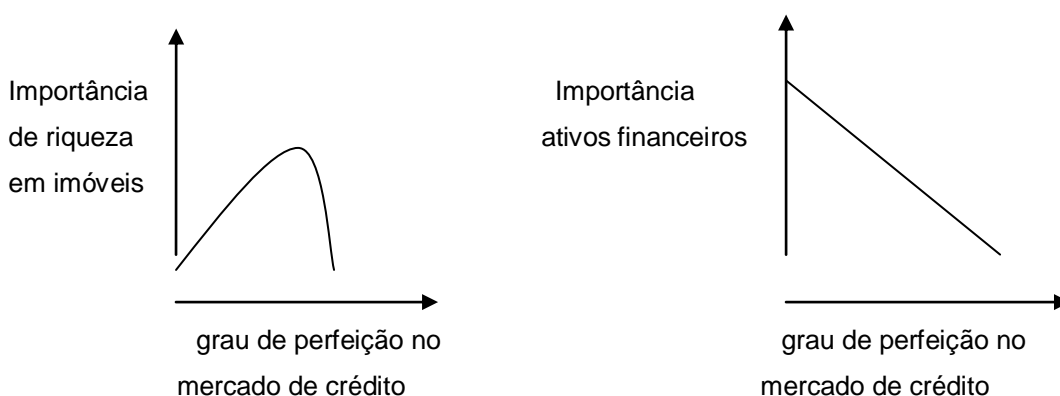


Figura 1- Grau de Importância  
Fonte: A Autora

Para o Brasil, acreditamos que a riqueza em ativos financeiros é mais importante do que a riqueza em imóveis, devido à legislação brasileira, que se mostra bastante a favor de quem toma emprestado em caso de inadimplência.

Segundo o documento “Juros e Spread Bancário no Brasil”, publicado em 1999 pelo Banco Central do Brasil, “... uma proteção indevida ou exagerada do devedor, normalmente leva a comportamentos inadequados que acabam por prejudicar a todos, encarecendo o custo de crédito”.

No modelo apresentado por Ghatak, Morelli e Sjöström (2002), é utilizada a hipótese de que haja uma correlação positiva entre talento e riqueza. Segundo estes autores, “... seria realista supor que agentes nascidos em famílias ricas receberiam uma melhor educação, o que possibilitaria um melhor desenvolvimento deste talento”. Embora este argumento seja mais amplo do que simplesmente o número de anos de estudo, consideramos que ao controlarmos o efeito de riqueza para os anos de estudo de cada indivíduo estamos contornando este problema satisfatoriamente.

Segundo Gonzaga, Leite e Machado (2003), temos que os empregadores são os que mais horas trabalham no Brasil. Neste contexto, teríamos que o cônjuge trabalhar diminuiria a probabilidade de se tornar empregador. No entanto, temos um

problema de endogeneidade, pois este coeficiente pode estar refletindo o fato de que quando o chefe da família é um empregador, é provável que o cônjuge trabalhe junto com o chefe da família. Neste caso, teríamos que este coeficiente estaria superestimado.

### 2.7.1 Atualização Monetária

Em economias com elevado grau de inflação, como é o caso do Brasil, a moeda nacional sofre variações significativas em seu poder aquisitivo com o passar do tempo. Assim as demonstrações financeiras de anos distintos podem estar representadas por valores formados em diversos exercícios por moedas com vários níveis de poder de compra.

A finalidade maior da correção monetária para Análise das Demonstrações Financeiras é produzi-las em um mesmo padrão monetário para todos os itens dessas demonstrações, além de explicitar os efeitos da inflação sobre cada conta. Para isso é necessária a adoção de um índice que reflita a perda do poder de compra da moeda corrente. Aqui no caso o índice escolhido foi o IGPM, divulgado pela Fundação Getúlio Vargas.

IGPM				
Mês/ano	Índice do mês (em %)	Índice acumulado no ano (em %)	Índice acumulado nos últimos 12 meses (em %)	Número índice acumulado a partir de Jan/93
abr/09	-0,15	-1,0684	5,382	979,7893
mar/09	-0,74	-0,9198	6,2686	981,2612
fev/09	0,26	-0,1811	7,8531	988,5767
jan/09	-0,44	-0,44	8,1435	986,013
dez/08	-0,13	9,8054	9,8054	990,3707
nov/08	0,38	9,9484	11,8835	991,6598
out/08	0,98	9,5321	12,229	987,9058
set/08	0,11	8,4691	12,3068	978,3183
ago/08	-0,32	8,35	13,6305	977,2433
jul/08	1,76	8,6978	15,1125	980,3805
jun/08	1,98	6,8178	13,4383	963,4242
mai/08	1,61	4,7439	11,525	944,7188
abr/08	0,69	3,0842	9,8017	929,7498

mar/08	0,74	2,3778	9,093	923,3785
fev/08	0,53	1,6258	8,6598	916,5957
jan/08	1,09	1,09	8,3788	911,7634
dez/07	1,76	7,7463	7,7463	901,9323
<b>IGPM</b>				
Mês/ano	Índice do mês (em %)	Índice acumulado no ano (em %)	Índice acumulado nos últimos 12 meses (em %)	Número índice acumulado a partir de Jan/93
nov/07	0,69	5,8827	6,2215	886,3328
out/07	1,05	5,1572	6,2849	880,2591
set/07	1,29	4,0645	5,6748	871,1124
ago/07	0,98	2,7391	4,6315	860,0181
jul/07	0,28	1,7421	3,9995	851,6718
jun/07	0,26	1,458	3,8958	849,2937
mai/07	0,04	1,1949	4,4035	847,0913
abr/07	0,04	1,1544	4,7583	846,7526
mar/07	0,34	1,114	4,2767	846,414
fev/07	0,27	0,7713	3,6843	843,546
jan/07	0,5	0,5	3,4154	841,2745
dez/06	0,32	3,8476	3,8476	837,0891
nov/06	0,75	3,5164	3,506	834,4189
<b>IGPM</b>				
Mês/ano	Índice do mês (em %)	Índice acumulado no ano (em %)	Índice acumulado nos últimos 12 meses (em %)	Número índice acumulado a partir de Jan/93
out/06	0,47	2,7458	3,1464	828,2074
set/06	0,29	2,2651	3,2799	824,333
ago/06	0,37	1,9694	2,4355	821,9494
jul/06	0,18	1,5935	1,3945	818,9194
jun/06	0,75	1,411	0,8682	817,448
mai/06	0,38	0,6561	-0,3232	811,3627
abr/06	-0,42	0,275	-0,919	808,2912
mar/06	-0,23	0,698	0,3546	811,7004
fev/06	0,01	0,9301	1,4409	813,5716
jan/06	0,92	0,92	1,735	813,4902
dez/05	-0,01	1,2008	1,2008	806,0744
nov/05	0,4	1,2109	1,9598	806,155

<b>out/05</b>	0,6	0,8077	2,3864	802,9432
<b>set/05</b>	-0,53	0,2064	2,1726	798,1543
<b>ago/05</b>	-0,65	0,7403	3,4258	802,407
<b>jul/05</b>	-0,34	1,3994	5,3725	807,6568
<b>jun/05</b>	-0,44	1,7454	7,1171	810,4122
<b>mai/05</b>	-0,22	2,195	9,0752	813,9938
<b>abr/05</b>	0,86	2,4203	10,7478	815,7885
<b>mar/05</b>	0,85	1,547	11,1321	808,8326
<b>fev/05</b>	0,3	0,6912	11,4406	802,0154
<b>jan/05</b>	0,39	0,39	11,8739	799,6166
<b>dez/04</b>	0,74	12,42	12,42	796,5102
<b>nov/04</b>	0,82	11,5942	12,2749	790,6593
<b>out/04</b>	0,39	10,6866	11,9074	784,2286
<b>set/04</b>	0,69	10,2566	11,8963	781,182
<b>ago/04</b>	1,22	9,501	12,4408	775,8288
<b>jul/04</b>	1,31	8,1812	11,5077	766,4778
<b>jun/04</b>	1,38	6,7823	9,6036	756,5667
<b>mai/04</b>	1,31	5,3288	7,0305	746,2682
<b>abr/04</b>	1,21	3,9668	5,3718	736,6185
<b>mar/04</b>	1,13	2,7239	5,0699	727,812
<b>fev/04</b>	0,69	1,5761	5,4855	719,6796

**Fonte:** <<http://www.portalbrasil.net/igpm.htm>>

Os dados da tabela divulgada acima referem-se ao valor do 1º dia de cada mês. Como a data de divulgação das demonstrações é o dia 31/12, utilizaram-se os valores de janeiro do ano seguinte à data de divulgação das mesmas, ficando o valor de correção o mais próximo possível da realidade.

### 3 O CRÉDITO E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR

A aquisição de crédito, na maioria das vezes está direcionado ao consumo de bens materiais, pagamento de dívidas, entre outros aspectos ao qual esta aquisição do crédito está relacionado.

Muitas vezes, este consumidor ultrapassa seus limites e não tem consciência de seus deveres e direitos como os previstos no código de defesa do consumidor apresentado na teoria a seguir e relacionado ao objetivo geral desta pesquisa quanto a forma como consumidores curitibanos utilizam as opções de crédito bancário e suas consequências.

O Código de Defesa do Consumidor, numa única seção, trata dos bancos de dados e dos cadastros de consumidores, sem diferenciá-los explicitamente. A partir de critério doutrinário formulado por Antônio Herman Benjamin, é realizada a diferenciação. Dois aspectos se destacam em tal distinção: a origem da informação e o seu destino.

[...] nos cadastros, muito comuns nas lojas que comercializam roupas, é o próprio consumidor, independentemente de a compra ser a crédito, que oferece seus dados pessoais para o estabelecimento. Objetiva-se, com a coleta dos dados, estabelecer uma comunicação maior entre o fornecedor e o consumidor, principalmente para oferecer informações sobre promoções, chegada de novos modelos de roupas etc. A fonte da informação é o próprio consumidor e o destino é um fornecedor específico". (BENJAMIN 1998, p.75).

De outro lado, nos bancos de dados de consumo, cuja principal espécie são justamente as entidades de proteção ao crédito, a informação advém, em regra, dos fornecedores e não do consumidor. O destino final da informação, embora ela pertença armazenada na entidade, é o mercado, ou seja, os fornecedores. Os bancos de dados, genericamente falando, podem possuir propósitos absolutamente diversos, que vão desde a obtenção de informações para fins históricos, estatísticos, até os arquivos de proteção ao crédito. Em suma, os bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, Serasa, e outros), seguindo as diferenças apontadas, são espécie de banco de dados de consumo, mas especificamente entidades que tem por principal objeto a coleta, o armazenamento e a transferência a terceiros (credor) de

informações pessoais dos pretendentes (consumidores) à obtenção de crédito (BENJAMIN, 1998).

No Brasil, portanto, a abordagem jurídica sobre a atuação e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito requer exame da disciplina constante na Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e compreensão de direitos da personalidade – privacidade - honra – como projeção da tutela constitucional da dignidade da pessoa humana (art 1º, III da CF).

Mais adiante, serão examinados as principais características dos direitos à privacidade e à honra (5º, X) que, ao lado do Código de Defesa do Consumidor, servem de parâmetros para limitar as atividades das entidades de proteção ao crédito.

### 3.1 DIREITO À PRIVACIDADE

Ao fazer uma análise isolada do inciso X do art 5º da Constituição Federal de 1988, em virtude da dificuldade criada pelas inúmeras expressões utilizadas e ainda pelas inúmeras conceituações conflitantes destinadas ao mesmo instituto, iremos nos socorrer ao Professor José Afonso da Silva, que usa "direito a privacidade num sentido genérico e amplo, de modo a abarcar todas essas manifestações da esfera íntima, privada e da personalidade, que o texto constitucional consagrou. (SILVA, 1992).

Não há como considerar o direito à intimidade como sinônimo de direito à privacidade, pois a privacidade é mais abrangente que a intimidade. Se o conceito de privacidade exterioriza a noção de que esta representa a disposição do cidadão sobre todas as informações a seu respeito, sejam em relação a seu "modo de vida doméstico, nas relações familiares e afetivas em geral, fatos, hábitos, local, nome imagem, pensamento, segredos, e, bem assim as origens e planos futuros do indivíduo e quaisquer outros que entender prudente permanecer sob seu controle, a intimidade deve ser entendida como parcela apenas deste conceito. "Intimidade



deriva do latim, *intimus* que significa 'íntimo, mais recôndito', 'interior', enlaçando-se ainda com a ideia de 'segredo' e 'confiança', "qualidade de íntimo", "familiariedade".<sup>1</sup>

### 3.2 DIREITO À INFORMAÇÃO

Merecem destaques os incisos XIV e XXXIII do artigo 5º da CF/88. Ambos dizem respeito ao direito de informação, que atualmente toma relevos extraordinários, notadamente por ocasião da velocidade com que as informações são transmitidas e o poder que delas emana. (BASTOS, 1989).

O inciso XIV dispõe: "é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional". Este inciso garante a todos os cidadãos o direito de se informar e o direito de ser informado, independente do conteúdo da informação sobre a qual pretende se inteirar. Analisando mais a fundo, além da informação propriamente dita, como regra é assegurado ao cidadão o conhecimento inclusive da fonte de onde surgiu o objeto de divulgação do cadastro. A exceção a esta regra é o sigilo de fonte garantindo quando necessário ao exercício profissional. Este dispositivo expressa o fato de que a liberdade de informação deixara de ser mera função individual para tornar-se função social, caracterizando o acesso às informações como um direito individual contaminado de direitos coletivos. (MARQUES, 2005).

O inciso XXXIII da mesma forma, ao dispor que "todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestados no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado", exprime os direitos de se informar e de ser informado. Este dispositivo evidencia o sentido coletivo do direito à informação como elemento indispensável ao desenvolvimento democrático. "Se cada vez exige-se mais do cidadão em termos de participação na vida pública, é natural que a ele também sejam conferidas todas as possibilidades de informar-se sobre a condição da *res publica*. (BASTOS, 1989).

---

<sup>1</sup> Antônio Carlos Efig, **Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores**, Ed. RT p. 50

### 3.3 TRATAMENTO DADO PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS ARQUIVOS DE CONSUMO

Com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, diversos temas têm produzido grande polêmica, em virtude de varias razões. Segundo ensina o Professor Efig, “O primeiro motivo é baseado num elemento cultural, que sempre esteve presente nos comportamentos empresariais, que é a falta de respeito pelo consumidor, desconsiderado como sujeito de direito em relação ao fabricante e ao fornecedor dos produtos e serviços de que se utiliza”.

A edição do Código de Defesa do Consumidor sempre tentou amenizar este paradigma de relação voltada para o falta de respeito dos fornecedores em relação aos consumidores, o que vem efetivamente a gerar polêmicas. Ademais, a pretensão do Código de Defesa do Consumidor é da mesma forma, acabar com a segunda razão geradora de polêmicas na sua aplicação. O qual também tem “raízes no elemento cultural, e está retratada na pouca habilidade da sociedade brasileira para lidar com seus direitos nas relações de consumo. Uma sociedade amorfa e acomodada, composta por pessoas incapazes de levantar a voz até mesmo para defenderem seus próprios interesses, serve de caldo na cultura para proliferação das praticas abusivas nas relações de consumo” 9BENJAMIN, 1998).

Um dos setores das relações de consumo que, por sua natureza, apresenta intensamente estas polêmicas é o da divulgação promovida por arquivos de consumo. Intensa falta de respeito perpetrada pela publicização de dados por estes institutos, além da incapacidade social para reclamar seus direitos, originária do engessamento criado por sistemas antiquados em aplicação anteriormente à edição do Código de Defesa do Consumidor, são realidades às quais se pretende dar fim. (GRINOVER, 2007).

Sem duvida nenhuma, este é o objetivo do Código de Defesa do Consumidor em relação aos arquivos de consumo, especialmente aos arts. 43, 44, 72 e 73. Além destes artigos, são aplicáveis ao assunto todos os princípios gerais atinentes à defesa dos interesses do consumidor.

### 3.4 PRINCÍPIOS

Com base em seu objetivo real, em especial no que diz respeito aos arquivos de consumo, o Código de Defesa do Consumidor se preocupa no oferecimento ao consumidor da necessária defesa e proteção.

Em primeiro lugar, seu objetivo é garantir a efetiva proteção do consumidor, há de se ressaltar que o código prevê instrumentos capazes à defesa do consumidor em relação aos arquivos de consumo, os quais devem ser utilizados como instrumentos preventivos e repressivos que são oferecidos pelo legislador para o aprimoramento das relações de consumo.

Segundo observa o Professor Antonio Carlos Efig, “a importância dada ao assunto não deve ser vista como um instrumento de repressão ao fornecedor, como uma forma de fazê-lo parecer o *vilão* das relações de consumo. Da mesma forma, não deve ser entendida como a *salvação* dos consumidores, ao tomar as listas cadastrais um sistema rígido para os fornecedores, tanto no lançamento das informações quanto na manutenção das mesmas e possível necessidade de reparação dos erros. Pelo contrário, a rigidez investida aos arquivos de consumo deve ser entendida como um meio de resguardar os direitos básicos do consumidor, fazendo com que o mesmo seja educado a se defender através das alternativas legais previstas pelo Código de Defesa do Consumidor, evitando assim a prevalência de desigualdades entre os sujeitos componentes das relações de consumo. Assim, à medida que o consumidor se educa e passa a entender o alcance das vias hábeis existentes. Esta exigência repercute no aprimoramento das relações de consumo, o que de certa forma acaba ensinando e educando o fornecedor a observar as normas consumeristas com a atenção pertinente” (GRINOVER, 2007).

Todos os direitos que surgem do tema previsto nos artigos 43 e 44 têm como elementos norteadores os princípios fundamentais da Política Nacional de Relações de Consumo (artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor). Especialmente em relação ao disposto nos artigos referentes aos arquivos de consumo, é fácil observarmos os mais importantes princípios listados no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, que são:

a) Princípio da Informação: o princípio da informação pode ser interpretado de varias formas, seja a informação de cunho educacional, no sentido de

conscientização dos consumidores de seus interesses, ou em relação à informação sobre os produtos e serviços colocados à disposição no mercado de consumo;

b) Princípio da Garantia de Adequação: O princípio da garantia de adequação, por sua vez, assevera que o fornecedor deverá ser o protagonista para a efetivação da adequação dos produtos e serviços à demanda, legalmente constituída, pela saúde, segurança, qualidade de vida, e demais bens jurídicos afetos aos consumidores;

c) Princípio do Dever Governamental: O princípio do dever governamental assume funções de relevância incontestes para a efetivação das garantias que o Código de Defesa do Consumidor administra aos consumidores, sobretudo em virtude de ter sido a defesa do consumidor elevada a princípio geral da ordem econômica, tornando a ser a partir daí um dever do Estado a garantia de sua realização;

d) Princípio do Acesso à Justiça: Este princípio pretende estabelecer ao consumidor meios processuais contundentes na busca da defesa de seus interesses, como forma de proporcionar a plena utilização dos direitos já subjetivados e positivados no Código de Defesa do Consumidor e demais legislações pertinentes;

e) Princípio da Boa-Fé: O princípio da boa-fé permeia-se em todas as ações humanas, sendo regra ínsita aos próprios valores éticos e morais da sociedade. Não poderia ser diferente nas relações de consumo;

f) Princípio da Vulnerabilidade: Fica evidenciado que o consumidor está em uma condição de submissão em relação aos fornecedores, visto que não tem a oportunidade de escolher bens de consumo excedentes a tudo aquilo que lhe é oferecido no mercado. Esta situação de submissão vivida pelo consumidor é a responsável pelo fundamento do princípio da vulnerabilidade, visto que o consumidor depende dos empresários, fornecedores pessoas físicas para a manifestação de sua vontade, torna-o, sem dúvida nenhuma, a parte mais frágil da relação de consumo.

### 3.5 ARTIGO 43 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Antes da criação do Código de Defesa do Consumidor, o Brasil não contava com qualquer disciplina legal para os arquivos de consumo. Eram visíveis os abusos

atribuídos a essa modalidade de coleta, organização e prestação de informações sobre a idoneidade pessoal e financeira das pessoas. Informações levadas ao conhecimento público, divulgadas pelos mais diversos meios de comunicação, em procedimentos banalizados, ensejando, como seria de se esperar, insatisfação generalizada, decorrência natural da gravidade e frequência de suas inscrições indevidas.

O artigo 43, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor prevê que “o consumidor, terá acesso à informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como às suas respectivas fontes” (MARQUES, 2005).

Este objetivo específico do Código de Defesa do Consumidor em trazer acesso às informações existentes em cadastros de consumidores e bancos de dados, equiparando inclusive as entidades privadas de fornecimento de dados pessoais de consumo a entidades de caráter público, confere ao consumidor acesso amplo e irrestrito às informações a seu respeito, colhidas de outra fonte que apenas dele próprio, estejam elas onde estiverem: em organismos privados ou públicos, em cadastros internos das empresas ou em banco de dados prestador de serviços a terceiros.

Seus mais importantes princípios são todos aqueles afetos aos direitos do cidadão, previstos pela Constituição Federal, bem como os norteadores da Política Nacional das Relações de Consumo (artigo 4 do Código de Defesa do Consumidor).

A respeito da legitimidade para requerer o acesso aos dados arquivados, a natureza das informações dispostas nos arquivos de consumo, é de interesse restrito ao titular dos dados, principalmente àquelas que digam respeito à saúde financeira do consumidor, indispensáveis à continuidade de suas relações comerciais e, conseqüentemente, à sua sobrevivência; e mais ainda levando-se em consideração a finalidade da garantia de acesso prevista no Código de Defesa do Consumidor, que é proporcionar ao arquivado vasto conhecimento do que é divulgado a seu respeito no mercado de consumo para que tome as medidas necessárias; a legitimidade para requerimento de acesso aos dados pessoais constantes em arquivos de consumo é restrita.

Segundo o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 43, “somente ao consumidor arquivado é garantido o direito de acesso aos dados constantes sobre ele.

A garantia de que trata tal artigo diz respeito à possibilidade de fornecimento das informações pessoais somente pela caracterização de ser o requerente o titular das informações arquivadas.

Entretanto, mais pessoas além dos próprios arquivados, têm legitimidade para obtenção destas informações para fins específicos. Sendo assim, a invocação a arquivos de consumo com vistas a acessar dados referentes ao consumidor observa regras de conduta, sendo que sem as mesmas não deve ser autorizada. “As informações dos arquivos de consumo só podem ser prestadas se preenchidas duas condições: A primeira condição - necessidade de que a consulta seja feita através de solicitação individual. Por este motivo, a concessão de dados depende de requerimento individualizado, que sirva de subsídio à análise específica da relação de consumo existente entre o fornecedor-coletor e o consumidor-arquivado. O contrário seria permitir a disseminação das terríveis “listas negras”, que assombram as relações comerciais dos consumidores, aterrorizando o fornecedor que a elas tem acesso e conseqüentemente espantando as possibilidades de fornecimento de crédito para o desenvolvimento das atividades pessoais ou profissionais dos consumidores. Segundo requisito, para o fornecimento de informações – deve haver necessidade de consumo -, encontra-se no poder que adquirem as listas contendo informação sobre centenas, senão milhares de pessoas. É totalmente inconcebível que todos os comerciantes que obtenham tais listas possam transacionar com todos os listados. Certamente, então, cada comerciante recebe uma abundância de informações sobre consumidores individuais com os quais este comerciante nunca terá uma legítima necessidade negocial. (MARQUES, 2005).

### 3.5.1 Prazo Prescricional das Informações Armazenadas

Fora as normas que regem a atuação dos arquivos de consumo nas fases de coleta, armazenamento e divulgação de informações, o Código de Defesa do Consumidor, atribui prazos prescricionais para a manutenção de dados em arquivos de consumo.

A princípio, é de se destacar que a prescrição, deve ser considerada como indispensável à segurança e estabilidade de todos os direitos dos cidadãos, sendo que sem ela poderiam os consumidores sofrerem ameaças de serem demandados.

Como uma forma de aliviar o devedor do pesado fardo, ainda mais nos dias de hoje, em que o bom nome foi substituído pelas consultas em tempo real realizadas em empresas que dispõem de subsídios que permitem uma vasta concentração de dados, inclusive e principalmente relativos à idoneidade financeira do cidadão, das quais depende o consumidor para alcançar a possibilidade de participação efetiva no mercado de consumo.

Tem-se impressão que a prescrição surgiu para favorecer o devedor, visto que extingue a dívida sem que ela tenha sido paga, após certo lapso de tempo. Na verdade, este instituto vem em benefício da segurança jurídica, a partir do momento que garante a impossibilidade de perpetuidade de direitos, exigindo que o interessado invoque a tutela jurisdicional para ver resguardado os seus direitos.

Esta prescrição deve ser considerada como um instituto com fim social, que visa a satisfação das necessidades sociais de segurança jurídica e certeza dos direitos, que se acha em consonância com a equidade e com a moral, sendo sua existência indispensável numa sociedade bem organizada.

### 3.5.2 Prazos Relativos As Informações Negativas Constantes em Arquivos de Consumo (Artigo 43, § 1.º).

De acordo com o § 1.º do artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor, é proibido aos bancos de dados e cadastros de consumidores “conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos”.

“Consequentemente, nenhuma dado cadastral depreciativo pode superar o quinquênio. Essa é a vida útil máxima e genérica de qualquer informação incluída em bancos de dados. É o lapso que o Código considera razoável para que uma consulta irregular do consumidor seja esquecida pelo mercado. Se até os crimes mais graves prescrevem, não há razão para que o consumidor fique com sua “folha de antecedentes de consumo” maculada *ad eternum*.” (FILOMENO, 2007).

Para fins de aplicação da norma prescricional trazida pelo artigo em comento, Informações negativas são todas aquelas que, sendo autorizadas à divulgação dos arquivos de consumo, vêm a indicar dados que contribuam para a formação de perfil depreciador a respeito do consumidor, prejudicando-o nas suas relações de consumo. Assim são consideradas as informações, “verdadeiras, porém não

recomendam o consumidor como bom cumpridor de contratos“. Mesmo verdadeiros estas informações têm o condão de formar opiniões negativas sobre o arquivado perante o receptor da informação, desfavorecendo-o em incoerência com o que dispõe o Código de Defesa do Consumidor

“Conseqüentemente, nesses organismos que cadastram devedores (SPC, Serasa etc.), onde qualquer registro, mesmo os mais inofensivos, transmuda-se de imediato em informação capaz de impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores, a regra é a da destruição total do assento, uma vez pago o débito ou verificado um dos impedimentos temporais. (GRINOVER, 2007).

Tais Informações não podem constar em arquivos de consumo por mais de cinco anos, sendo este o prazo máximo entendido pelo Código de Defesa do Consumidor, para que o consumidor se reabilite e possa continuar a praticar os atos necessários às suas atividades. Estes cinco anos não podem ser superados de forma alguma, é o teto temporal estabelecido para o arquivista manter a informação. Este lapso temporal máximo de cinco anos previsto no § 1.º do artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor tem seu início contado a partir da data do fato que enseje a inscrição do nome do consumidor nos arquivos de consumo. “Esta disposição não existe no Código de Defesa do Consumidor, que foi omissa quanto ao início da contagem do prazo prescricional das informações. No entanto, em virtude desta omissão, pode-se hesitar entre dois momentos distintos para início da contagem do prazo. O primeiro a partir do fato que dá origem ao assentamento em arquivo de consumo. O segundo a partir do momento da inscrição do dado em arquivo de consumo“ (BENJAMIN, 1998).

Partindo de uma análise dos princípios que norteiam as relações de consumo, mais especificamente a respeito do dispositivo que determina que as normas do Código de Defesa do Consumidor devem ser interpretadas de forma mais favorável ao consumidor, é entendido que o termo inicial de contagem do prazo prescricional para fins de exclusão dos dados dos arquivos de consumo é a partir do fato que enseje a inscrição dos mesmos. Ou seja, a partir do vencimento de obrigação cambial; a partir do vencimento de estipulação contratual.

“O termo inicial da contagem do prazo deve coincidir com o momento em que é possível efetuar a inscrição da informação nos bancos de dados de proteção ao crédito; dia seguinte à data de vencimento da dívida (BENJAMIN, 1998).



### 3.6 PRAZO PRESCRICIONAL DA AÇÃO DE COBRANÇA

O outro prazo prescricional abordado pelo Código de Defesa do Consumidor diz respeito à ação de cobrança do débito que origina a inscrição em arquivos de consumo.

A previsão de prazo específico relativo à ação de cobrança, tem o condão de assegurar ao consumidor a baixa da informação arquivada no prazo máximo de cinco anos, não podendo ser extrapolado tal prazo.

“Não podem constar, em sistema de proteção ao crédito, anotações relativas a consumidor, referentes a período superior a cinco anos quando prescrita a correspondente ação de cobrança. (GRINOVER, 2007).

Conclui-se, portanto, que o prazo máximo para a manutenção de dados negativos em arquivos de consumo é cinco anos, podendo ser desarquivados em momento anterior no caso de pagamento da dívida cadastrada ou por força da prescrição da ação de cobrança relativa ao débito cadastrado, quando este for menor que cinco anos.

“A informação deve ser excluída do banco de dados no prazo de cinco anos se antes não restar caracterizada a prescrição da ação para cobrança da obrigação”. (BENJAMIN, 1998).

Inexistem motivos para a manutenção de dados em arquivos de consumo por vários anos sem um limite, acabando com a imagem do consumidor com informações que muitas vezes já fazem parte do passado e não condizem com a realidade, mesmo que sejam a expressão da verdadeira situação do consumidor perante as relações de consumo, parecendo uma forma de sanção a inscrição destas informações em cadastros e bancos de dados de consumidores, o que vem a prejudicar o cadastrado sobremaneira e desconfigurar a verdadeira essência dos arquivos de consumo (NUNES, 2007).

### 3.7 GARANTIA DE COMUNICAÇÃO DA ABERTURA DO ARQUIVO (artigo 43, § 2º do CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR)

A comunicação é considerada a segunda garantia do consumidor extraída das disposições do artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor.

As comunicações acerca do direito de comunicação (ou dever de comunicação, em relação ao arquivista) têm como pontos principais: a finalidade de tal garantia; a oportunidade para se proceder a comunicação; o conteúdo da comunicação; a forma da comunicação.

“A lei, em relação ao meio de comunicação, exige que seja por escrito. Não tem qualquer valor jurídico comunicação oral ou encaminhada por meio eletrônico”(BENJAMIN, 1998).

Nesse sentido manifestam-se as Jurisprudências do TJ/RS:

**APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. FALTA DE NOTIFICAÇÃO PRÉVIA DO CADASTRAMENTO. ART. 43, § 2º, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. TÍTULOS PROTESTADOS. ILEGITIMIDADE DA SERASA. INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR JÁ REALIZADA QUANDO DO PROTESTO.** Reconhecida a ilegitimidade passiva da SERASA em relação aos registros de anotações de títulos protestados, originárias do Cartório de Protesto de Títulos. EXTINTO O PROCESSO SEM RESOLUÇÃO DO MÉRITO, FORTE NO ART. 267, VI, DO CPC, DE OFÍCIO. (TJRS; AC 70029721610; Porto Alegre; Sexta Câmara Cível; Rel. Des. Artur Arnildo Ludwig; Julg. 27/08/2009; DJERS 21/09/2009; Pg. 38)

**RESPONSABILIDADE CIVIL. INSCRIÇÃO EM CADASTRO DE INADIMPLENTES. AÇÃO DE CANCELAMENTO DE REGISTRO. CHEQUES SEM FUNDOS. FALTA DE COMUNICAÇÃO.** A entidade de restrição de crédito que procede ao registro em cadastros de inadimplentes tem legitimidade passiva para responder à demanda de cancelamento de anotações resultante da ausência da comunicação prevista no art. 43, § 2º, do CDC, inclusive quanto a dados obtidos junto ao Banco Central por emissão de cheques sem fundo - CCF e órgãos conveniados. O não-atendimento da determinação legal de avisar previamente a abertura do cadastro referente aos Cheques sem Fundos impõe a eliminação do registro, o qual fica condicionado à referida providência. Apelação provida. Unânime. (TJRS; AC 70030744700; Porto Alegre; Décima Câmara Cível; Rel. Des. Jorge Alberto Schreiner Pestana; Julg. 27/08/2009; DJERS 21/09/2009; pg. 47)

### 3.7.1 Comunicação do Consumidor

É obrigação do arquivista, informar o consumidor sempre que ocorra abertura de algum tipo de arquivo de consumo sobre a sua pessoa, deve-se levar ao conhecimento do arquivado a informação de que seus dados estão sendo veiculados em arquivos de consumo, para que possa tomar as providências que entender cabíveis, preventivamente ou defensivamente, à confirmação das garantias conferidas pelo Código de Defesa do Consumidor. (BENJAMIN, 1998).

“Anote-se que, a partir de 11 de março de 1991, com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, a negativação somente é válida se o consumidor

tiver sido avisado previamente e por escrito, por expressa disposição do §2º do artigo 43. Tal aviso prévio, enquanto obrigação do credor, não era exigido antes da Lei n. 8.078/90.” (NUNES, 2007).

O que se pretende é evitar que o consumidor seja informado por terceiros acerca da existência de arquivamento de seus dados, em especial fornecedores interessados nestes dados para fins de avaliação financeira para concessão creditícia. Nestes casos, embora tenha tido comunicado o consumidor, o transtorno já está configurado. Mesmo sendo a informação verdadeira, o interesse legal é oportunizar ao consumidor a possibilidade de tomar conhecimento da situação precedentemente a eventuais consequências, até para que não receba a informação de sobressalto, em momentos inoportunos, agravando ainda mais os prejuízos correlatos. Mais do que isso, a partir do conhecimento da existência de informações pessoais colecionadas a seu respeito pode o consumidor providenciar o acesso às mesmas e eventuais retificações e contestações necessárias, podendo ser evitadas as consequências desabonadoras da divulgação destas informações. (NUNES, 2007).

Resumindo, tal direito de comunicação tem por objetivo assegurar a efetivação dos direitos de acesso e retificação, evitando consequências desastrosas ao consumidor pela informação de seus dados sem que tenha conhecimento de sua existência.

“Lembre-se, ademais, que o credor, para cobrar seu crédito, não tem necessidade jurídica na negativação. Ele o faz como modo de pressão ao devedor. Daí que o aviso prévio tem a função jurídica de impedir alguma injusta e indevida exposição pública.” (NUNES, 2007).

Esta formalidade se explica justamente pela importância do dever de comunicação para a defesa do consumidor. Ademais disso, sem que este dever seja cumprido não há possibilidade de serem divulgadas as informações. Por isso a prática exige como garantia para o arquivista, seja formalizado o recebimento de tal aviso pelo consumidor. (GRINOVE, 2007).

Também deve ser tal documento, objetivo, claro, verdadeiro e em linguagem de fácil compreensão, para que sirva ao fim a que é destinado. Não há maiores formalidades, sendo requisitos simplesmente a forma escrita e as referidas características.(NUNES, 2007).

### 3.7.2 Direito a Retificação

Para complementar as três garantias que o Código de Defesa do Consumidor garante aos consumidores face aos bancos de dados e cadastros de consumidores, juntamente com o direito de acesso e o direito de comunicação, temos o direito à retificação.

Em suma, como bem explica o Professor Efig: “Primeiramente é comunicado da existência de repositórios a seu respeito; posteriormente lhe é garantido o acesso às informações constantes neste arquivo; e finalmente lhe é possibilitada a correção dos dados incorretos ou incompletos encontrados arquivados” (SAAD, 1998).

Assegura o Código de Defesa do Consumidor em seu § 3.º do artigo 43, que “o consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas”.

O pressuposto para que o consumidor possa requerer a retificação dos dados é a existência de inexatidão em seu lançamento. Independentemente da natureza da informação, estando maculada pela incorreção deve ser retificada. Esta incorreção, por sua vez, pode se caracterizar por erro nos dados documentais do consumidor até as inverídicas informações relativas à saúde financeira do consumidor que possam ser divulgadas. Todos estes erros ensejam a tutela do Código de Defesa do Consumidor para que se proceda o concerto da imprecisão. (NUNES, 2007).

“Tem os responsáveis pelo cadastro ou banco de dados de comunicar, por escrito, ao consumidor a abertura de ficha a seu respeito. Desse modo, tem o interessado a oportunidade de promover a retificação do registro, se incorreto.” (SAAD, 1998).

Isto posto, é de se esperar que todas as informações divulgadas por arquivos de consumo sejam verdadeiras, pois não o sendo assumem risco que poderiam evitar utilizando-se das próprias regras que norteiam o mercado de consumo, visto que sua atuação é autêntica relação de prestação de serviços de informação.

O fato do consumidor estar inadimplente não o faz pior ou melhor pessoa que ninguém, trata-se apenas daquele que não pagou uma dívida. Não quer dizer que seja menos digno que outros. O que de fato pode acontecer, é alguém não querer lhe dar algum tipo de crédito. Entretanto, tal fato não o torna alguém que possa ter sua imagem, vida privada ou dignidade violadas. (SAAD, 1998).

As atividade dos arquivos de consumo podem repercutir cotidianamente em danos pra aqueles que deles se utilizam, principalmente os consumidores-arquivados. E como não haveria de ser diferente, também em relação aos bancos de dados e cadastros é possível distinguir, no âmbito dos danos, a categoria dos danos materiais, de um lado, dos danos morais, de outro; respectivamente, o verdadeiro e próprio prejuízo econômico, o sofrimento psíquico ou moral, as dores, as angústias e as frustrações infligidas ao ofendido.(GRINOVE, 2007).

“Se um consumidor sofrer qualquer prejuízo porque não conseguiu realizar a compra do bem de que necessita porque um banco de dados ou um cadastro informou ao fornecedor erradamente que ele não oferece a garantia de pagamento, assiste-lhe o direito de postular em juízo uma compensação financeira pelos danos consequentes.” (SAAD, 1998).

Com isso, é necessário a análise detalhada dos danos indenizáveis em razão da atividade dos arquivos de consumo, abrangendo os danos materiais e morais.

### 3.8 DANOS MATERIAIS

O dano material está vinculado ao conceito de patrimônio, que é “uma universalidade construída pelo conjunto de bens de uma pessoa, um atributo da personalidade, sendo portanto intangível”. Corresponde ao dano material, refere-se à perda ou ao prejuízo praticado diretamente a um bem patrimonial e que diminui o valor dele, anulando ou não a utilidade. (BENJAMIN, 1998).

São extraídas duas formas de ocorrência do conceito de dano patrimonial: danos emergentes e os lucros cessantes. No dano emergente, que é dano positivo, há um empobrecimento econômico, ou seja, uma diminuição efetiva do patrimônio do lesado em decorrência da destruição, deterioração etc., dos bens ou coisas existentes no momento em que se produziu o evento danoso, bem como das despesas dele derivadas. O lucro cessante, que é dano negativo, diz respeito à privação dos benefícios ou dos ganhos, ou seja, do lucro, que o lesado deixou de auferir. (NUNES, 2007).

Os danos patrimoniais caracterizam pelo fato de a vítima ver diminuído seu patrimônio, inclusive pela perda de uma vantagem que o crédito lhe propiciaria e que acaba por ser frustrada pela informação incorreta ou desatualizada do arquivo de consumo.

Desta forma, os danos materiais a que estão sujeitos os consumidores correspondem a eventual prejuízo patrimonial presente, imediatamente formalizado com a ocorrência do dano, bem como os efeitos destas lesões que privem o consumidor de auferir lucro futuro. Engloba, sinteticamente, o que o consumidor perdeu e o que deixou de ganhar.

Nesse sentido manifestam-se as Jurisprudências do TRF 1ª R. e do TJ/PR:

**RESPONSABILIDADE CIVIL, DIREITO DO CONSUMIDOR, ECONÔMICO E PROCESSUAL CIVIL. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. CONTA CORRENTE. DEPÓSITO REALIZADO EM CAIXA ELETRÔNICO LOCALIZADO DENTRO DE AGÊNCIA BANCÁRIA. NÃO. ACEITAÇÃO. VERSÃO DA AUTORA NÃO CONTESTADA. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR DE SERVIÇOS. SEGURANÇA DAS OPERAÇÕES: DEVER DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. HIPÓTESE DE CULPA CONCORRENTE OU EXCLUSIVA DA AUTORA. AFASTAMENTO. DEVOUÇÃO DE CHEQUES. INSCRIÇÃO INDEVIDA EM CADASTRO DE INADIMPLENTES. DANO MATERIAL E MORAL. CARACTERIZAÇÕES. QUANTO INDENIZATÓRIO.** 1. Alega a autora que, em virtude de equívoco da ré em reconhecer depósito no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), efetuado por meio de caixa rápido, no dia 30/10/2001, teriam sido devolvidos cheques por ausência de fundos em 08/11/2001 e 30/11/2001 (fl. 16), bem como procedida a inclusão de seu nome em cadastros de inadimplência. 2. Versão da inicial corroborada pelos documentos juntados e não contestada pela ré. 3. Nos termos do art. 14 da Lei n. 8.078/90, aplicável às relações bancárias, o fornecedor de serviços responde objetivamente pelos danos causados ao consumidor, decorrentes de serviços defeituosos. 4. As operações nos caixas eletrônicos geralmente exigem repetidas introduções e retiradas do cartão, memorização ou anotação de senha (em alguns casos, mais de uma), leitura dos comandos em tela, digitação, tudo de forma contínua e com prazo para conclusão de cada uma das etapas. 5. A possibilidade de ocorrência de erros é real. 6. O Banco Central do Brasil, por meio da resolução n. 2.878, determina às instituições financeiras garantir aos clientes e ao público em geral informações sobre as características das operações bancárias e a adoção de medidas que preservem a integridade, a confiabilidade, a segurança e o sigilo das transações realizadas, assim como a legitimidade dos serviços prestados, no que se inclui o serviço de auto-atendimento. 7. Afastada hipótese de culpa concorrente ou exclusiva, da autora, tendo em vista que, tivesse a caixa adotado as providências determinadas pelo Banco Central, o evento danoso não teria ocorrido. 8. Caracterizado serviço defeituoso, os danos e o nexo causal, inequívoco o dever de indenizar. 9. A inscrição e permanência indevidas nos cadastros de inadimplência caracteriza defeito na prestação de serviços, surgindo direito de reparação por danos morais, independentemente de comprovação de prejuízo. 10. A estipulação do quanto indenizatório deve levar em conta a finalidade sancionatória e educativa da condenação. Não pode, por isso, resultar o arbitramento em valor inexpressivo, nem exorbitante. 11. A indenização pelo dano material deve ser fixada em R\$ 500,00 (quinhentos reais), correspondendo ao exato valor do montante depositado. 12. O valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) é bastante à justa indenização por danos morais. 13. Invertidos os ônus da sucumbência. 14. Apelação a que se dá parcial provimento, para condenar a caixa ao pagamento de danos materiais e morais. (TRF 1ª R.; AC 2003.38.00.059093-0; MG; Quinta Turma; Rel. Des. Fed. Joao Batista Moreira; Julg. 24/08/2009; DJF1 22/09/2009; Pg. 603).

**APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. NULIDADE DA SENTENÇA. AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO. NÃO CARACTERIZAÇÃO. BLOQUEIO JUDICIAL. DÍVIDA ATIVA. BLOQUEIO DO LIMITE DE CRÉDITO. IMPOSSIBILIDADE. BLOQUEIO SOMENTE DO SALDO POSITIVO. INSCRIÇÃO INDEVIDA. DANO MORAL. CARACTERIZAÇÃO. DANOS MATERIAIS. EXISTÊNCIA. DEVER DE REPARAÇÃO. RECURSO DE APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDO.** 1. Não há que se falar em nulidade da sentença por ausência de fundamentação, uma vez que a decisão recorrida está devidamente fundamentada, ainda que de forma sucinta. 2. Não pode a instituição financeira autorizar bloqueio judicial do valor relativo ao limite de crédito concedido ao correntista, sob pena de se estar obrigando uma pessoa a contrair um empréstimo, a fim de liquidar dívida com outrem. 3. Acerca da caracterização do dano moral, pacífico o entendimento no sentido de que é desnecessária a comprovação do dano causado, uma vez que este decorre da própria inscrição indevida do nome da parte no cadastro de inadimplente. 4. O valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) é satisfatório à compensação da vítima e também à punição do causador do dano moral sofrido pelo apelante. 5. Os danos materiais devem corresponder ao saldo devedor existente na conta corrente do apelante, a fim de que o mesmo seja quitado, não restando qualquer valor a ser pago à instituição financeira, ou seja, que a conta corrente do apelante retorne ao *status quo ante*, como se houvesse sido bloqueado somente o saldo positivo da conta corrente. (TJPR; ApCiv 0569625-1; Maringá; Nona Câmara Cível; Rel. Juiz Conv. Sérgio Luiz Patitucci; DJPR 21/08/2009; Pg. 346)

### 3.8.1 Danos Morais

Mais uma consequência desta irregular utilização dos bancos de dados e arquivos de consumo é a lesão à esfera extrapatrimonial do consumidor-arquivado, se deparando-o com a imprecisa divulgação de dados desabonadores a seu respeito. (GRINOVE, 2007).

“São qualificados como morais os danos em razão da esfera da subjetividade, ou do plano valorativo da pessoa na sociedade, em que repercute o fato violador, havendo-se como tais aqueles que atingem os aspectos mais íntimos da personalidade humana (o da intimidade e da consideração pessoal), ou o da própria valoração da pessoa no meio em que vive e atua”.(NOVAES, 2006).

O ato praticado pelo arquivo de consumo, que é inscrever, manter ou divulgar, de maneira imprecisa ou desatualizada, dados a respeito de qualquer pessoa, assume caráter de infração à ordem extrapatrimonial do arquivado, e somente dele.

É de se ressaltar que a única causa que caracteriza o dano moral por força da imprecisa inscrição em repositórios de consumo, é o abalo de crédito ocasionado por tal atitude. Este abalo de crédito, por sua vez, é o responsável por dupla interferência nos direitos do arquivado no que toca à esfera de abrangência do dano extrapatrimonial e sua caracterização. Atinge o patrimônio pessoal do arquivado

(dor, angústia, desconforto etc.), ou seja, todos aqueles sentimentos inerentes ao ser humano e que, sendo afetados, repercutem negativamente no seu âmago e causam sensações que lhe não são rotineiras, normais. Em segundo lugar, atinge o patrimônio social do arquivado (reputação, honra, bom nome na praça etc.), uma vez que espelha, para todos os fins, dados que dão conta de falsa inidoneidade da pessoa, ocasionando o descrédito da mesma perante a sociedade, principalmente se trata de concessão de crédito.(NUNES, 2007).

Nesse sentido manifestam-se as Jurisprudências do TRF 1ª R. e TJ/BA:

**DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. PRELIMINAR DE INÉPCIA DA INICIAL. IMPROCEDÊNCIA. INSCRIÇÃO INDEVIDA DO NOME DA AUTORA EM CADASTRO DE INADIMPLÊNCIA. DEVER DE INDENIZAR. QUANTO INDENIZATÓRIO. RAZOABILIDADE.** 1. Afastada a preliminar de inépcia da inicial por ausência de documentos probatórios, pois a exigência de prova do dano moral se satisfaz com a demonstração da existência da inscrição indevida no SPC, independentemente da demonstração objetiva de prejuízo. 2. A Caixa Econômica Federal incluiu o nome da autora em cadastros de restrição ao crédito em razão da inadimplência de empréstimo, assinado pelo cônjuge da autora, como sócio da empresa devedora, não tendo a autora participado da assinatura do contrato. 3. A inscrição do nome da autora nos cadastros de inadimplência caracteriza defeito na prestação de serviços pela CEF aos seus clientes, surgindo direito de reparação por danos morais e dever de indenizar da instituição, nos termos do art. 6º, inciso VI, c/c art. 14 da Lei nº 8.078/90, independentemente de comprovação de prejuízo. 4. O dano moral, no caso, é presumido. Provada inscrição indevida, surge o dever de indenizar, sendo desnecessária demonstração de prejuízo financeiro. 5. Verifica-se que, por conta da negativação, a autora teve pedido de renovação de linha de crédito indeferido. 6. O valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), arbitrado pelo juiz, não se mostra excessivo. 7. Apelação a que se nega provimento. (TRF 1ª R.; AC 2000.40.00.003645-7; PI; Quinta Turma; Rel. Des. Fed. Joao Batista Moreira; Julg. 26/08/2009; DJF1 22/09/2009; Pg. 564)

**DEFESA DO CONSUMIDOR.** Ação de indenização por danos morais e materiais. inscrição indevida. Indícios de fraude. Dano moral. *Quantum*. Majoração. Sentença reformada. Recurso conhecido e provido em parte. A injusta inscrição em cadastros de proteção ao crédito, por si só, independentemente de prova do abalo à honra e à imagem, gera o dever de indenizar. A fixação do valor da indenização por danos morais é de livre arbítrio do julgador, permitindo-se a sua majoração para atender ao caráter pedagógico da condenação. (TJBA; Rec. 63961-3/2005-1; Primeira Turma Recursal; Relª Juíza Marcia Denise Mineiro Sampaio Mascarenhas; DJBA 22/09/2009)

O sistema de reparação destes danos oriundos da má atuação dos arquivos de consumo.



### 3.8.2 Responsabilidade Civil Prevista Pelo Código de Defesa do Consumidor

Para a devida reparação dos danos ocasionados aos consumidores, é necessário instrumentos que possibilitem a manutenção e que resgatem o equilíbrio ocasionado pelos prejuízos decorrentes da má atuação dos arquivos de consumo, No entanto, justifica-se pela natureza de vulnerabilidade a que está sujeito o consumidor perante a sociedade de consumo.

O fornecedor tem o dever de cumprimento de sua atividade de acordo com os princípios das relações de consumo, pois assim não o fazendo estará sujeito á incidência dos dispositivos preventivos e reparatórios trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

Desta forma, ocorrem nas relações que envolvam os arquivos de consumo, visto que o arquivista é considerado fornecedor-prestador de serviços e está obrigado a, tornar as medidas necessárias para evitar a ocorrência de danos e, caso venham a ocorrer, repará-los conforme o sistema de responsabilidade civil previsto no Código de Defesa do Consumidor. (NOVAES, 2006).

A responsabilidade objetiva é derivada da evolução do sistema de responsabilidade fundado na culpa do agente, que se mostrou desatualizado e necessitaram ser adequado às novas realidades trazidas principalmente pelo surto de industrialização e pelo consumo massificado oriundo do crescimento demográfico.

“Especificamente no tocante à responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor, esta seguiu a tendência mundial e superou importante barreira no sentido de garantir uma bem-sucedida responsabilização de fornecedores e proteção dos consumidores, na medida em que instituiu como regra a responsabilidade objetiva.” (NOVAES, 2006).

Assim sendo, para que seja reparado o dano suportado pelo consumidor, no sistema de responsabilidade objetiva adotado pelo Código de Defesa do Consumidor basta a demonstração da ocorrência do dano e seu vínculo com o dano, sendo que não interessa se o agente causou o dano por culpa ou não.

A respeito dos arquivos de consumo e bancos de dados, o sistema de responsabilidade objetiva é aplicado da mesma forma. Restando demonstrados o dono e o evento danoso, bem como o liame causal que os une, está o arquivista

obrigado á reparação independentemente da inexistência de culpa de sua parte. (NUNES, 2007).

Desta forma, para desonerar-se da reparação aos consumidores pelos danos oriundos de seus serviços, somente pode o arquivista alegar as excludentes de responsabilidade prevista no Código de Defesa do Consumidor, quais sejam: a) não ter prestado o serviço alegado; b) apesar da prestação do serviço, inexistente o defeito alegado; c) a culpa exclusiva ou de terceiro; d) caso fortuito ou força maior.(NOVAES, 2006).

E justificável a utilização do Código de Defesa do Consumidor quanto à atuação dos bancos de dados e cadastros de consumidores, ou seja, o sistema de responsabilidade objetiva. É claro a vulnerabilidade do arquivado em face daqueles que manipulam as informações constantes em arquivos de consumo. Algumas vezes o consumidor nem é informado que existe dados arquivados a seu respeito, enquanto são disseminados para fins de mesma forma desconhecidos de sua parte. Na maioria das vezes o arquivado só fica sabendo da inscrição no momento em que lhe é recusada uma transação comercial em virtude do apontamento. (BENJAMIN, 1998).

## 4 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa é desenvolvida com base em autores como Keynes, Amorim, Santos, Lunardi, Tolotti, Karl Marx, dados coletados no site do Banco Central, jornais, noticiários referente ao tema em geral bem como uma pesquisa com dados secundários com pessoas em bairros aleatórios de Curitiba em contato telefônico, ou seja, nas diversas formas de obter crédito e possíveis situações reais até o término desta pesquisa.

### 4.1 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Segundo Gil, (2007, p.18), a pesquisa pode ser definida como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.

A definição do escopo da pesquisa deu-se por meio de pesquisa qualitativa, para detectar eventuais problemas, a importância dada pelos consumidores referente a aquisição do crédito o que proporcionou uma aproximação e maior familiaridade com as atividades a serem desenvolvidas.

A partir dessa investigação definiu-se que o tipo mais adequado seria a pesquisa amostral, pois a intenção era interpretar os dados em relação a aquisição de crédito pelos envolvidos na pesquisa e no desenvolvimento dos resultados.

Segundo Cervo e Bervian (2002) pode-se conceituar pesquisa descritiva como aquela que registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los e procura descobrir, com precisão possível, a frequência com que o fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e característica, determinando assim esta pesquisa como qualitativa.

O tipo de delineamento foi bibliográfico, documental realizado através da estratégia de estudo de caso. Assim, o trabalho iniciou-se pela pesquisa bibliográfica para estudar diferentes autores sobre o assunto abordado.

A pesquisa é qualitativa e proporciona uma visão e compreensão mais abrangente do contexto do problema. Malhotra (2001) define pesquisa qualitativa como a “metodologia de pesquisa não-estruturada, exploratória baseada em pequenas amostras, que proporciona *insights* e compreensão do contexto do

problema.”

A realização deste método de pesquisa proporciona uma visão aprofundada sobre o tema escolhido. O interessante da realização da pesquisa qualitativa é a possibilidade de resultados inesperados, com crenças e opiniões que podem enriquecer o trabalho a ser desenvolvido.

Neste caso, a meta foi diagnosticar uma situação real quanto a aquisição de crédito, em faixa etária, nível de escolaridade e renda. Esse método apresenta um conjunto de técnicas e instrumentos de análise que permitem não só o diagnóstico, como também, a racionalização dos sistemas (YIN, 2005).

## 4.2 ANÁLISE DE DADOS

Os métodos de coleta e análise de dados serão realizadas por meio de coleta dos dados, escolhidos em pesquisa realizada por meio de sites e noticiários quanto ao assunto. A maioria dos resultados foram coletados pelo site do Banco do Brasil em uma análise pessoal e estatística quanto aos resultados apresentados a seguir. Isto não significa que são dados totalmente corretos, apenas uma simulação.

O procedimento técnico adotado para conduzir a pesquisa envolve pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir de livros, teses e dissertações, além de artigos científicos nacionais e internacionais de qualidade reconhecida. Afinal, a pesquisa bibliográfica permite ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos mais ampla do que aquela pesquisada diretamente (GIL, 2009). Inclusive, parte dos estudos exploratórios pode ser definido como pesquisas bibliográficas.

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. A pesquisa de estudo de caso inclui tanto estudo de caso único, quanto múltiplos (YIN, 2001).

Estas análises serão apresentadas por meio de tabelas e gráficos explicativos quanto a coleta de dados realizadas pela equipe desta pesquisa.

Para aplicar o estudo de caso, Yin (2001) sugere que se desenvolvam as seguintes fases:

1. Escolha do referencial teórico: deve-se definir um referencial conceitual-teórico para o trabalho, de forma a resultar em um mapeamento da literatura sobre o

assunto.

2. Selecionar o caso: uma das primeiras tarefas nesse planejamento é a escolha da(s) unidade(s) de análise, ou seja, do(s) caso(s). Em um primeiro momento, deve ser determinada a quantidade de casos: únicos ou múltiplos casos, resultando em vantagens e dificuldades em cada um desses tipos. Além disso, o recorte de tempo também é importante, resultando em casos retrospectivos ou longitudinais. Um estudo de caso retrospectivo investiga o passado, coletando dados históricos. A partir da seleção do(s) caso(s), devem-se determinar os métodos e técnicas para a coleta e análise dos dados (YIN, 2001);

3. Projetar o protocolo de coleta de dados: Levantamento de dados através de entrevistas (estruturadas, semi-estruturadas ou não estruturadas), análise documental, observações diretas e, embora de forma restrita, sorves.

Os dados coletados foram tratados de acordo com a técnica de análise de conteúdo que, na concepção de Marconi e Lakatos (2007) compreende três principais fases:

- Pré-análise: escolha dos documentos que serão submetidos à análise, formulação das hipóteses e objetivos, elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

- Exploração do material: administração sistemática das decisões tomadas. Consiste essencialmente de operações de codificação.

- Tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação: resultados são tratados de maneira a serem significativos e válidos, com isso é possível propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos ou de outras descobertas inesperadas.

Sendo assim, este estudo objetiva-se pela análise e pesquisa quanto ao crédito, inadimplências e problemas reais quanto a aquisição e pagamento do mesmo quando o consumidor não analisa os fatores principais ao realizar um empréstimo.

Ressalta-se que este trabalho não tem por objetivos analisar juros cobrados por parcelas atrasadas. Analisa-se somente a media na tomada do credito, pela media de juros pagos pelas diferentes classes sociais.

### 4.3 PROTOCOLOS PARA O ESTUDO DE CASO

O protocolo é uma das principais práticas para aumentar a confiabilidade da pesquisa do estudo de caso e destina-se a orientar o pesquisador ao realizar a coleta de dados. De uma forma geral, o protocolo do estudo de caso deve apresentar as seguintes seções (YIN, 2001):

- Uma visão geral do projeto do estudo de caso;
- Procedimento de campo;
- Questões do estudo de caso;
- Guia para um relatório do estudo de caso.

É desejável possuir um protocolo para o estudo de caso em qualquer circunstância, mas é essencial utilizar em estudos de casos múltiplos.

### 4.4 COLETA DE DADOS

Em seguida optou-se pelo estudo de caso que, segundo Yin (2001) tem o valor em si mesmo e deve ser sempre bem delimitado e simples, tendo seus contornos claramente definidos no desenvolvimento do estudo. Podem-se perceber algumas particularidades em casos distintos, mas o interesse principal é o que cada caso tem de único, de particular. (...) o estudo de caso como estratégia de pesquisa compreende um método que abrange tudo – com lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados. (YIN, 2001, p.33)

Desta forma, o estudo de caso foi considerado a estratégia mais adequada visto que o objeto do estudo, ou seja, o crédito ao consumidor agregou ainda mais relevância ao trabalho.

### 4.5 OBJETIVOS DA PESQUISA

#### a) Objetivo Geral

Com base em estudo realizado na cidade de Curitiba pode-se concluir que 68% da população acima de 20 Anos, tem utilizado o crédito, (desde financiamento de carros e imóveis até parcelamentos no cartão de crédito e carnes de lojas), analisando os tomadores de créditos em Curitiba 26,47% dos endividados se tornam

inadimplentes estando com dificuldades de pagar suas parcelas mensais, e possuem uma ou mais parcelas em atraso.

<b>Objetivo Geral: Verificar o Nível de Endividados e Inadimplentes na Cidade de Curitiba,</b>			
<b>e pra qual objetivo e aplicado essa tomada de credito</b>			
ENDIVIDADOS		INADIPLANTES	
Sim	Não	Sim	Não
34	16	9	41
68,00%	32,00%	18,00%	82,00%

UTILIDADE DINHEIRO	Quantidade	%
eletro-eletrônicos	13	30,23%
Moveis	8	18,60%
Automóveis	8	18,60%
Pagamento Dividas	6	13,95%
Vestuário	4	9,30%
Imóveis	2	4,65%
Investimentos	2	4,65%
TOTAL	43	100,00%

Tabela 3- Nível de Endividamento  
Fonte: A Autora



Gráfico 1- Destino do Crédito  
Fonte: A Autora

O gráfico acima demonstra que 68% da população curitibana que utiliza o crédito o item de maior procura, para essa prática são os eletro-eletrônicos onde 30,23% dos curitibanos afirmam utilizar o crédito, segundo lugar ficou com os móveis juntamente com os automóveis os dois com 18,60% dos consumidores, seguido pelos pagamentos de dívidas com 13,95% vestuário com 9,30% e por último ficou os imóveis e os investimentos com apenas 4,65% cada, sendo essa a porcentagem de crédito que o Curitiba destina a cada setor.

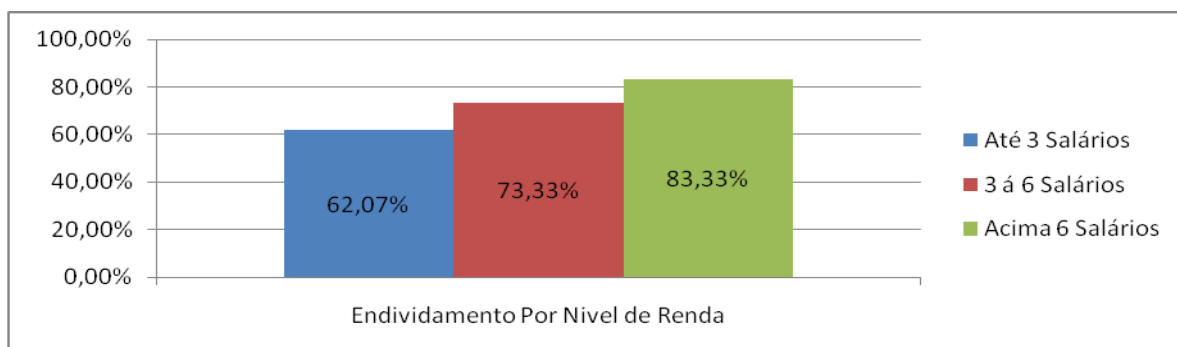
#### b) Objetivo específico 1

Dentro da cidade de Curitiba a utilização de crédito tem maior incidência na população com nível educacional maior sendo que 80% das pessoas com ensino superior utilizam o crédito seguidos da população com ensino médio com 73,33% e quem menos utiliza são as pessoas que possuem somente o ensino fundamental com 56,25% conforme tabela abaixo:

**Objetivo Especifico1 : Nível de endividamento da população Curitiba dividido por nível de renda e escolaridade**

ENDIVIDADOS	
Sim	Não
34	16
68,00%	32,00%

RELAÇÃO DA DÍVIDA POR RENDA			
Renda	Até 3 Salários	3 a 6 Salários	Acima 6 Salários
Total	29	15	6
Possui Dívidas	18	11	5
	62,07%	73,33%	83,33%





ENDIVIDADOS	
Sim	Não
34	16
68,00%	32,00%

	RELAÇÃO DÍVIDA POR ESCOLARIDADE		
Escolaridade	Fundamental	Médio	Superior
Total	16	24	10
Possui Dívidas	9	17	8
	56,25%	70,83%	80,00%

Tabela 4- Nível de Endividamento

Fonte: A Autora

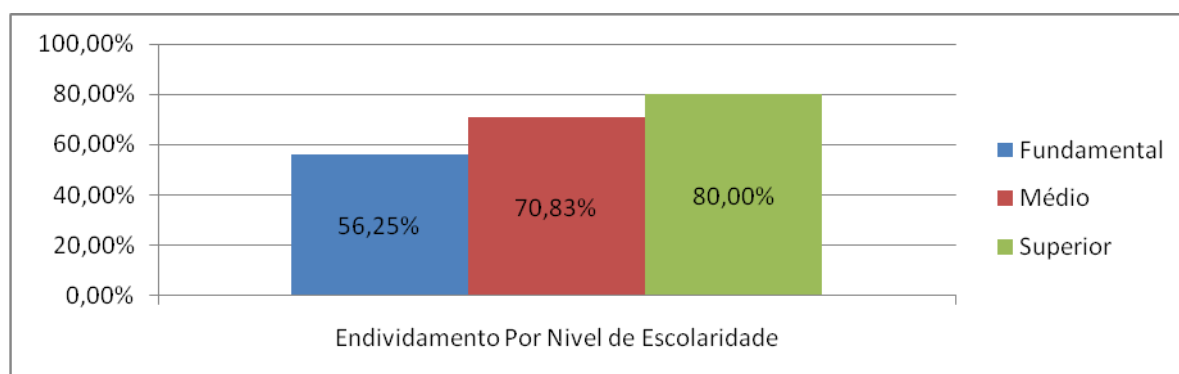


Gráfico 2- Endividamento por nível de escolaridade

Fonte: A Autora

O nível de renda também interfere na procura de crédito, o estudo apresentou que quando maior a renda a população mais ela busca crédito, sendo que 83,33% da população com renda superior a seis salários mínimos estão utilizando o crédito, e 73,33% da população que possui renda entre três e seis salários mínimos buscam o crédito, e somente 56,25% da população com renda inferior a três salários mínimos, tem utilizado o crédito como demonstra o segundo gráfico.

### c) Objetivo específico 2

Segundo estudos a média de comprometimento da renda com os pagamentos de parcelas para a população endividada na cidade de Curitiba esta em 38% da renda.

A classe com menor nível educacional e que compromete a maior parte de sua renda mensal, sendo que em media a população que tem somente ensino fundamental tem 41,67% de sua renda destinada a pagamentos de parcelas, seguido da população com ensino médio completo com 37,65% da renda comprometida e por ultimo a população com nível superior completo com apenas 32,5% de sua renda comprometida como demonstrado no terceiro gráfico.

Observou-se também que a população endividada com renda superior a seis salários mínimos tem apenas uma media de 31% de sua renda destinada a pagamento de parcela. A população com renda entre três e seis salários mínimos tem comprometimento da renda de 34,09% e quem maior porcentagem de comprometimento e a população que tem a renda de ate três salários mínimos que em media compromete 41,38% de sua renda mensal com pagamentos de parcelas.

		Media Pagamento Por mês		
		Escolaridade		
		Alto	Médio	Baixo
Salários	Alto	R\$ 1.480,00 R\$ 945,00 R\$ 930,00	R\$ 1.140,00 R\$ 875,00	
		R\$ 1.118,33	R\$ 1.007,50	
	Médio	R\$ 540,00 R\$ 1.210,00 R\$ 870,00	R\$ 630,00 R\$ 600,00 R\$ 800,00	R\$ 595,00 R\$ 720,00
		R\$ 1.100,00 R\$ 540,00	R\$ 600,00	
		R\$ 852,00	R\$ 657,50	R\$ 657,50
	Baixo		R\$ 300,00 R\$ 240,00 R\$ 525,00 R\$ 270,00 R\$ 600,00	R\$ 385,00 R\$ 280,00 R\$ 450,00 R\$ 480,00 R\$ 385,00

				R\$ 500,00	R\$ 540,00
				R\$ 560,00	R\$ 360,00
				R\$ 480,00	
				R\$ 405,00	
				R\$ 675,00	
			R\$ 540,00		
				R\$ 463,18	R\$ 411,43
	% renda Comprometida				
			Escolaridade		
			Alto	Medio	Baixo
Salarios	Alto	40	30		
		30	25		
		30			
		33,33333333	27,5		
	Medio	30	35	35	
		55	30	40	
		30	40		
		50	30		
		20			
		37	33,75	37,5	
	Baixo		25	35	
			20	40	
			50	50	
			30	0	
			50	35	
			50	60	
			40	40	
		40			
		5			
		50			
		45			
		37	37		

Tabela 5- Renda comprometida

A pesquisa mostra também, que o valor médio da parcela paga é muito superior para a população que possui nível de renda acima de seis salários mínimos e ensino superior completo, que atingiu um média de R\$1118,33 por parcela e a menos média de pagamento ficou com a população com ensino fundamental e nível de renda inferior a três salários mínimos onde a parcela ficou em R\$ 411,43.

## d) Objetivo específico 3

A respeito da media de juros pagos, podemos claramente observar que a classe que possui menor taxa de juros media no mercado, são as de escolaridade alta e alto nível de renda que conseguem em media 1,09% juros mês e a população e com maior taxa de juros e a com menos renda e escolaridade atingindo uma media de 3% juros mês. Foi observado na pesquisa que 85,71% da população com baixa renda e escolaridade não sabia informar o juros pago na tomada de credito e toda a população com nível alto de renda e escolaridade soube informar esse dado.

O nível de escolaridade alto apresenta-se em: Nível superior completo nível médio de escolaridade = ensino médio completo, ensino baixo= ensino fundamental completo

Nível alto de renda = acima de 6 salários mínimos pessoas, nível médio de renda = de 3 a 6 salários, nível baixo de renda e inferior a 3 salários.

<b>Objetivo Especifico 3: Para qual necessita as diferentes classes de renda e escolaridade curitibana destinam o credito, e a media de juros pago por cada.</b>				
		<b>Escolaridade</b>		
		<b>Alto</b>	<b>Médio</b>	<b>Baixo</b>
<b>Salários</b>	<b>Alto</b>	1 - Carro 1 - Moveis 1 - eletro-eletrônicos 1 - Imóveis	1- Carro 1 - eletro-eletrônicos 1 - Vestuário	
	<b>Médio</b>	2 - Carro 1 - Pagamento dividas 1 - Investimento 1 - eletro-eletrônicos	1 - Carro 2 - Moveis 2 - eletro-eletrônicos 1 - Investimento	1 - Pagamento dividas 2 - eletro-eletrônicos 1 - Imóveis
		1 - Vestuário		
	<b>Baixo</b>		2 - Pagamento dividas 3 - Carros 5 - Eletrônicos 2 - Moveis	2 - Pagamento dividas 2 - Eletrônicos 3 - Moveis 2- Vestuário

		Media Juros		
		Escolaridade		
		Alto	Medio	Baixo
Salarios	Alto	1,29 0 0,89	1,35 Não	
		1,09	1,35	
	Medio	4,5 1,69 1,39 1,45 Não	1,55 Não Não Não	12 36
		2,2575	1,55	24
	Baixo		5 Não Não Não 1,59 1,49 Não Não Não Não Não	Não Não Não Não 3 Não Não
			3	3

Tabela 6- Nível de escolaridade e média de juros pagos por dia

Fonte: O Autor

## e) Objetivo específico 4

Segundo estudo a população inadimplente (que possui uma ou mais parcelas e atraso) atinge 18% da população total curitibana, ou 26,47% da população que utiliza o crédito.

Pode-se observar que dentre as classes de renda a inadimplência atinge 33,33% da população que tem renda de ate três salários mínimos e utilizam o

credito, e atinge 27,27% da população que tem renda de três a seis salários mínimos que utiliza o credito, não foi observado índice de inadimplência para a população com renda superior a seis salários mínimos.

Observando pelo nível de escolaridade a população que utiliza o e possuem ensino fundamental completo tem um nível de 22,22% de inadimplência, já as que possuem ensino médio completo e utilizam o credito o inadimplência ficou em 35,29% dos entrevistados e com pessoas que tem o ensino superior completo e utilizam o credito a inadimplência ficou em 12,5% dos entrevistados

**Objetivo Especifico 4 : Qual classe de renda e escolaridade possui maiores níveis de inadimplência.**

INADIPLANTES	
Sim	Não
9	41
18,00%	82,00%

	RELAÇÃO DA INADIPLENCIA POR RENDA		
Renda	Até 3 Salários	3 á 6 Salários	Acima 6 Salários
Total Endividados	18	11	5
Dividas atrasadas	6	3	0
	33,33%	27,27%	0,00%

INADIPLANTES	
Sim	Não
9	41
18,00%	82,00%

	RELAÇÃO INADIPLENCIA POR ESCOLARIDADE		
Escolaridade	Fundamental	Médio	Superior
Total Endividados	9	17	8
Dividas atrasadas	2	6	1
	22,22%	35,29%	12,50%

Tabela 7 Renda e escolaridade  
Fonte: O Autor

#### 4.6 RESULTADO GERAL DA PESQUISA

Os resultados da pesquisa de campo demonstram de uma maneira geral que o nível de endividamento mostra o percentual de consumidores com algum tipo de dívida (pré-datados, cartões de crédito, carnês de lojas, empréstimo pessoal, compra de imóvel, prestações de carro e seguros). As mulheres tiveram maior nível de endividamento, com variação de 79,25%. Entre os homens, 76,60% se declararam endividados. As pessoas com idade entre 35 a 50 A pesquisa mostra ainda que os consumidores com ensino superior têm maior nível de endividamento (84,34%). Os consumidores com 2º Grau apresentaram 77,89% de endividamento, seguido por consumidores com 1º Grau (67,57%).

O nível de endividamento por renda familiar também é objeto da pesquisa. Consumidores com renda acima de dez salários mínimos atingiram 86,47% em dívidas, em seguida vêm as famílias com renda de quatro a dez salários mínimos (83,76%) e renda de até quatro salários mínimos (70,34%).

A inadimplência ficou maior entre as pessoas com escolaridade de 2º Grau (18,48%), seguida por consumidores com 1º Grau (18,24%) e ensino superior (17,67%).

## 5 CONCLUSÃO

Conclui-se com esta pesquisa que a população com menos nível de renda e escolaridade apresenta-se como a que menos tem acesso ao crédito. Estes resultados dizem respeito justamente pela falta de informação, pelos salários baixos e até mesmo pela inadimplência em outras aquisições como as compras a prazo.

A população com menos nível de renda e escolaridade paga maiores taxas de juros. Isto ocorre justamente pelas parcelas apresentarem-se em menores escalas, dificultando muitas vezes o pagamento destes parcelamentos e assim causando o aumento dos juros.

Assim a inadimplência atingindo os níveis mais baixos de renda, pode-se determinar que o nível de crédito é menor na população com menor nível de renda e escolaridade, já que essa população apresentando maior inadimplência deixa os fornecedores de créditos com maior risco de fornecer crédito a essa população, ou somente fornecendo com juros maiores gerando um efeito domino.

Os arquivos de consumo devem objetivar os serviços prestados e a qualidade das informações, vez que nem sempre os prejuízos sofridos são passíveis de reparação.

Em resposta aos objetivos propostos na pesquisa bem como a problematização apresentada conclui-se que os consumidores de Curitiba com renda familiar entre quatro e dez salários mínimos tiveram maior percentual de inadimplência (20,09%). Os consumidores com renda de até quatro salários mínimos apresentaram 19,88% no índice de inadimplência. As famílias com renda superior a dez salários mínimos tiveram o menor nível de inadimplência (11,28%).

Outro índice apurado pela pesquisa é a intenção de saldar dívidas – total ou parcialmente - nos próximos seis meses. A intenção de pagar dívidas atrasadas foi declarada por 61,90% dos consumidores entrevistados em agosto, com relação a junho. No entanto, 17,46% dos consumidores afirmaram que não poderão pagar seus compromissos nos próximos seis meses. Entre as consumidoras pesquisadas, 66,67% responderam que pretendem saldar as dívidas no semestre; 56,67% dos homens afirmaram que desejam pagar as dívidas.

Com relação à renda, 67,19% das famílias com até quatro salários mínimos tencionam saldar as dívidas. 66,67% das famílias com renda acima de dez salários



mínimos e 53,19% das famílias com renda entre quatro e dez salários mínimos pretendem pagar as dívidas.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Custo de Capital e Criação de Valor**. In: ASSAF NETO, Alexandre. *Finanças Corporativas e Valor*. 2ª São Paulo: Atlas, 2008.

ASSAF NETO, Alexandre. SILVA César A. Tiburi. **Administração do capital de giro**. Atlas, 2ª edição, 2009.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. O livro. **Perspectivas e desafios para inclusão financeira no Brasil: visão de diferentes atores/coordenação**: Luiz Edson Feltrin, Elvin Cruvinel Ferreira Ventura, Alessandra Von Borowski Dodl. Brasília: Banco Central do Brasil, 2009.

BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. **Comentário à Constituição do Brasil promulgada em 5 de outubro de 1988**, São Paulo, Saraiva 1989.

BENJAMIM, Antônio Hermam. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 5. Ed. Rio de Janeiro. Forense, 1998.

BOUÇAS, V. **História da dívida externa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Edições Financeiras S.A., 1950.

CARDOSO, R. L. **Estudo exploratório do Processo decisório de Crédito para Pessoas Físicas nas Instituições Financeiras**, Dissertação de Mestrado, São Paulo, FGV / EAESP, 2000.

CARREIRA, L. de C. **História financeira e orçamentária do Império do Brasil**. 2 tomos. Brasília: Senado Federal; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1980.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. Ed. Atlas, 2007.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro: Produtos e Serviços**. 16. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. Tradução de Jean Jacques Salim e João Carlos Douat. 7 ed. São Paulo: Harbra, 1997.

GRINOVER, Ada Pellegrini, BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos, FINK, Daniel Roberto, FILOMENO, José Geraldo Brito, WATANABE, Kazuo, JUNIOR, Nelson Nery, DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 9º Ed, Forense Universitária, SP, 2007.

KEYNES, J.M. (1936) **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda**. Coleção Os Economistas. São Paulo: Abril Cultural, 1936.

KEYNES, J.M. (1943) "**A União Internacional de Compensação**", in Szmrecsányi, T. (org.) Keynes. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 2004, 2ª. edição.

LEÃO, A. A. C. **A dívida interna pública**. 2003. Mimeografado.

LIMA, J. D. – **A Análise Econômico-Financeira de Empresas sob a ótica da estatística Multivariada**, Dissertação de Mestrado, UFPR – 2002.

LUNARDI, Luiz Angelo. **Carta de crédito sem segredos**. São Paulo. Aduaneiras, 2000.

MARQUES, Cláudia Lima, BENJAMIN, Antônio Herman V., MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor** – RT, 2005.

MARX, K (1894). **O capital, Livro III**. Trad. port., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1894.

MÜLLER, E.; LIMA, F. C. C. **Moeda e Crédito no Brasil: breves reflexões sobre o primeiro Banco do Brasil(1808-1829)**. Revista Tema Livre, Niterói, ano VI, n. 12, 20 junho. 2010. Disponível em: [www.revistatemalivre.com](http://www.revistatemalivre.com).

NETO, A. L. da S. **Dívida pública interna federal: uma análise histórica e institucional do caso brasileiro**. Brasília: UnB, 1997.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 2º Ed. Saraiva, 2007.

SAAD, Eduardo Gabriel. **Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11.9.90**. SP, LTr, 1998.

SANTOS dos Odálio José. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. Editora Atlas. São Paulo, 2000.

SILVA, José Pereira da. **Análise e decisão de crédito**. São Paulo: Atlas, 1993.

SILVA, José Pereira da. **Análise e decisão de crédito**. São Paulo. Atlas, 1988, 1ª edição.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo : Atlas, 1998. 388p.

SCHRICKEL, Kurt Wolfgang. **Análise de crédito: Concessão e gerência de empréstimos**. 4ª edição. Revista Atualizada. Editora Atlas. São Paulo, 1998.

SICREDI - **Legislação e Formalística de Crédito** – Sistema Integrado de Crédito Cooperativo, SICREDI CENTRAL PARANÁ, 2003.

TOLOTTI, Marcia. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento**. Rio de Janeiro. Elseiver, 2007.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Conjuntura Econômica** (FGV/Conj. Econ.). Disponível em: [www.fundacaogetuliovrargas.com.br](http://www.fundacaogetuliovrargas.com.br). Acesso em: 20/07/2010.  
Dados do BOVESPA. Disponível em: [www.bancodobrasil.com.br/juros](http://www.bancodobrasil.com.br/juros). Acesso em: 21/10/2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Marketing Research: An Applied Orientation**. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2001. 3ª edição.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, Robert K.. **Estudo de caso: planejamento e método**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

